

Javier de Belaunde L. de R.
Beatriz Parodi L.
Delia Muñoz M.

Cómo promover la responsabilidad social empresarial en el Perú

Marco legal e institucional



UNIVERSIDAD DEL PACÍFICO
CENTRO DE INVESTIGACIÓN



© Universidad del Pacífico
Centro de Investigación
Avenida Salaverry 2020
Lima 11, Perú

**Cómo promover la responsabilidad social empresarial en el Perú
Marco legal e institucional**

Javier de Belaunde L. de R.
Beatriz Parodi L.
Delia Muñoz M.

1a. edición: junio 2001

Diseño: Icono Comunicadores

I.S.B.N.: 9972-603-54-7

Depósito Legal: 1501132001-1646

BUP-CENDI

Cómo promover la responsabilidad social empresarial en el Perú: marco legal e institucional/Javier de Belaunde L. de R., Beatriz Parodi L. y Delia Muñoz M. –Lima: Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico, 2001. – (Biblioteca en Responsabilidad Social)

EMPRESAS / RESPONSABILIDAD SOCIAL / DERECHO TRIBUTARIO / DERECHO LABORAL / DERECHO AMBIENTAL / LEGISLACIÓN / PERÚ /

338.93:34(85) (CDU)

Miembro de la Asociación Peruana de Editoriales Universitarias y de Escuelas Superiores (APESU) y miembro de la Asociación de Editoriales Universitarias de América Latina y el Caribe (EULAC).

El Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico no se solidariza necesariamente con el contenido de los trabajos que publica. Prohibida la reproducción total o parcial de este texto por cualquier medio sin permiso de la Universidad del Pacífico.

Derechos reservados conforme a Ley.

**Cómo promover la responsabilidad social
empresarial en el Perú**
Marco legal e institucional

Javier de Belaunde L. de R.

Beatriz Parodi L.

Delia Muñoz M.



UNIVERSIDAD DEL PACÍFICO
CENTRO DE INVESTIGACIÓN



> Introducción	5
> Marco general de la responsabilidad social empresarial en el Perú	6
1. Contexto	6
2. ¿Qué es y por qué es importante promover la responsabilidad social empresarial?	7
3. Balance entre un marco legal especial y autorregulación	8
> Mecanismos o instrumentos legales para promover la responsabilidad social empresarial	10
1. Ámbito tributario	10
1.1 Importancia del marco tributario	10
1.2 Mecanismos utilizables en el nivel tributario	11
1.3 Necesidad de un marco legal de supervisión por parte del Estado	19
2. Ámbito laboral	22
2.1 Importancia del análisis de esta área	22
2.2 Régimen de trabajadores discapacitados	22
2.3 Fomento del liderazgo de los trabajadores	23
2.4 Participación de los trabajadores	25
2.5 No discriminación en materia laboral	26
2.6 Gastos de salud, educación y otros	26
2.7 Condiciones de trabajo en las empresas mineras	27
2.8 Invalidez, jubilación y retiro	28
2.9 Beneficios para las madres	28
3. Medio ambiente	29
> Otros mecanismos: fomento de la autorregulación	31
1. Establecimiento de códigos de conducta, declaraciones de principios o similares	31
2. Organismo especializado en monitoreo, liderazgo y promoción de la responsabilidad social empresarial	32
3. Otorgamiento de reconocimientos, certificados de calidad y similares	37
4. Establecimiento de instrumentos de medición de las actividades de responsabilidad social: auditoría o balance social	39
5. Fortalecimiento de las asociaciones de consumidores	41
6. Fortalecimiento de las alianzas entre empresas y organizaciones del Tercer Sector	42
7. Fortalecimiento de las fundaciones. El caso de las fundaciones de auspicio o promoción	44
> Conclusiones generales	46
> Bibliografía	48
> Sobre los autores	50

> Introducción¹

La agenda de la responsabilidad social empresarial en el Perú constituye una pieza esencial para el desarrollo sostenible, no sólo de las empresas sino de la sociedad en su conjunto. Por tanto, el fomento de la responsabilidad social empresarial plantea nuevos retos al sistema legal, en la medida que es un importante instrumento de carácter objetivo para favorecer, estimular o promover condiciones a favor de la misma.

Dentro del ordenamiento legal, la responsabilidad social empresarial se ubica en los ámbitos del derecho tributario, laboral y de medio ambiente. Al mismo tiempo, en el contexto de la discusión internacional, comprende el desarrollo de mecanismos alternativos o complementarios al sistema legal, como es el tema de la autorregulación, sustentado en el ejercicio de los derechos constitucionales de asociación y contratación.

Para el presente estudio, se consideraron especialmente las siguientes fuentes:

- Análisis formal del sistema jurídico peruano (legislación tributaria, laboral y ambiental).
- Análisis de las opiniones y críticas vertidas en las diversas reuniones de trabajo sostenidas con empresarios (Telefónica del Perú, Corporación Backus, Bimbo, Drokasa), representantes de gremios empresariales (Confiep), altos funcionarios del Poder Ejecutivo (Ministerio de Economía y Finanzas, Instituto Nacional de Cultura, PromPerú) y congresistas (Carlos Torres y Torres Lara, Jorge Avendaño y Lourdes Flores Nano). Tales reuniones se realizaron, bajo la coordinación de SASE, durante los meses de abril y mayo de 1999.
- Análisis de legislación comparada (en especial de América Latina).

Nuestra investigación se compone de tres capítulos. En el primer capítulo definimos el concepto de responsabilidad social empresarial y su importancia para la sociedad en general; analizamos el valor del marco legal como mecanismo promotor de la agenda de la responsabilidad social en el Perú y la conveniencia de lograr un adecuado balance entre la necesidad de reforma legal y el tema de la autorregulación. En el segundo, analizamos detalladamente los mecanismos legales de carácter tributario, laboral y ambiental; incorporando posibilidades de reformas dentro de la legislación peruana con el fin de promover la responsabilidad social. En el tercer capítulo, identificamos y analizamos mecanismos alternativos o complementarios con aquellos de carácter legal, que surgen a partir del tema de la autorregulación; así por ejemplo el establecimiento voluntario de códigos de conducta o declaraciones de principios destinados a fomentar espontáneamente un cambio de cultura empresarial; la creación de entidades especializadas de monitoreo, liderazgo y promoción de la responsabilidad social; el otorgamiento de certificaciones de calidad; la creación de instrumentos de medición de la responsabilidad social, entre otros.

1 Los autores realizaron la presente investigación como parte de una consultoría solicitada por PERÚ 2021 al Estudio De Belaunde & Monroy Abogados.

> 1. Contexto

Dentro del actual contexto económico, caracterizado por un creciente proceso de globalización y el triunfo de la ola neoliberal, los términos de competitividad y eficiencia dominan la actuación de cualquier empresa u organización (tenga ésta finalidad lucrativa o no lucrativa). Al mismo tiempo se advierte la creciente necesidad de preservar y contribuir al mantenimiento y desarrollo de un medio ambiente más saludable. Ello plantea nuevos retos y exigencias que deben asumir los diferentes actores de la sociedad, lo que implica reformular sus roles tradicionales.

Estos actores sociales pueden clasificarse en tres tipos o sectores: a) el Estado, que representa el interés público; b) las empresas, entidades con fines lucrativos o mercantiles; y c) un conjunto de organizaciones caracterizado en términos generales por su finalidad no lucrativa, denominado Tercer Sector u organizaciones de la sociedad civil (OSC).

Fruto del nuevo entorno económico internacional, el Estado está dejando de intervenir en la economía, orientándose hacia un rol regulador y arbitral; lo cual ha generado la privatización de servicios tradicionalmente atendidos por éste, tales como salud, educación, energía, entre otros. Por su parte, las empresas están comprendiendo que su rol no es solamente generar y repartir utilidades en el corto plazo, sino también atender las necesidades de su entorno, con el propósito de garantizar su propia estabilidad y permanencia en el mercado. Finalmente, las organizaciones del Tercer Sector han debido adecuarse a estos cambios, lo que las ha llevado a emplear criterios empresariales en su desempeño.

Aquí es interesante mencionar el caso específico de las Organizaciones No Gubernamentales de Desarrollo (ONG), incluidas en el Tercer Sector, que buscan de manera más creciente generar ingresos propios derivados de contrataciones de servicios por parte del Estado o de las empresas, o el desarrollo de vínculos de participación complementaria en proyectos convocados desde el Estado o con el sector empresarial (por ejemplo, convenios de cooperación). Como vemos, los tres actores antes indicados ya no se encuentran separados u opuestos; sino que, sin perder su identidad propia o misión, buscan complementarse, ya sea de manera vertical u horizontal.

Al profundizar en el análisis de las empresas, vemos que su rol actual no se limita a la producción o comercialización de bienes y servicios con el fin inmediato de generar ganancias, sino que deben asumir un fin social dentro de la sociedad. Es decir, su función debe orientarse a la producción de bienes o servicios útiles, de

manera eficiente y en condiciones socialmente aceptables. Ello implica que busquen el desarrollo y la mejora de las condiciones del entorno en donde operan, proyectándose a las comunidades en las que se insertan y a la sociedad en general (dinámica externa); a la vez que promueven el fortalecimiento de la capacidad y productividad de sus integrantes dentro de una concepción más amplia de la noción de empresa, abarcando no sólo a los titulares o accionistas, sino también a los cuadros directivos, trabajadores y sus familias (dinámica interna).

> 2. ¿Qué es y por qué es importante promover la responsabilidad social empresarial?

Es difícil proponer una definición única del concepto de responsabilidad social empresarial. En principio, podemos afirmar que no constituye un concepto legal, y que tampoco es necesario definirla dentro de un sistema legal que promueva la agenda de responsabilidad social.

La responsabilidad social empresarial suele estar vinculada a la forma en que las empresas se relacionan con su entorno, tanto interno (mejora de condiciones de trabajo, programas de capacitación de trabajadores, etc.) como externo (medio ambiente, salud, cultura, educación, trabajo, etc.). De este modo, las empresas no sólo satisfacen el interés de sus titulares (accionistas), sino también el de un conjunto de interesados en el quehacer empresarial (*stakeholders*), tales como consumidores, proveedores, empleados, inversionistas, la comunidad en la que se insertan, etc.

Sin pretender lograr una definición comprensiva de todos los variados aspectos que involucra la responsabilidad social empresarial, Baltazar Caravedo señala que la misma "(...) busca integrar el sentido filantrópico, la necesidad de asegurar la lealtad de la comunidad en la que asienta la empresa, la búsqueda del incremento de la productividad del trabajo, y el interés en obtener utilidades, de manera permanente y estable en el tiempo" (1998a: 16).

Por tanto, podemos sostener que la responsabilidad social es una filosofía y un modo de actuación que va más allá de la generación de utilidades en el corto plazo, pues busca una relación más integral y estable de la empresa con su entorno interno (trabajadores) y externo (comunidad en la que se inserta). Es una manera de proceder de la empresa vinculada con el respeto a los valores éticos en concordancia con el cumplimiento de requerimientos u obligaciones legales, respeto por las personas, por la comunidad en la que se insertan y por el medio ambiente (Business for Social Responsibility. "Introduction..."). Bajo esta óptica, la responsabilidad social

> Marco general de la responsabilidad social empresarial en el Perú

empresarial no se limita al cumplimiento de obligaciones legales, sino que forma parte de la propia estrategia empresarial con el fin de mejorar su posición dentro del mercado.

Es desde este punto de vista que se puede afirmar que "los negocios prosperan en donde las sociedades prosperan". Por tanto, no es suficiente que las empresas realicen prácticas ocasionales de carácter filantrópico o meramente caritativo bajo la forma de donaciones puntuales o iniciativas eventuales motivadas por marketing o relaciones públicas. Las empresas socialmente responsables deben desarrollar un conjunto de políticas y prácticas que impregnen toda su actuación, las cuales han de recibir el apoyo y soporte del más alto nivel de la toma de decisiones de la compañía.

Como es necesario y conveniente promover la responsabilidad social, especificamos a continuación los beneficios que las empresas obtendrían al aplicarla:

- a. Mejora o refuerza la reputación e imagen, no sólo en el nivel de los potenciales clientes sino de la comunidad en la que se insertan (ocurre especialmente con empresas grandes y medianas)².
- b. Reduce costos operativos.
- c. Incrementa la lealtad de los consumidores, lo que se traduce en el mantenimiento o incremento del nivel de ingresos.
- d. Mejora la productividad y calidad de los bienes y servicios que prestan.
- e. Incrementa la capacidad de atraer y mantener empleados.

Todo ello fortalece la identidad de las empresas y su posicionamiento en el mercado, lo que permite la generación de recursos sostenidos y no únicamente de utilidades en el corto plazo; en términos generales, mejora las condiciones de todos los interesados (*win-win strategy*).

> 3. Balance entre un marco legal especial y autorregulación

Suele afirmarse que los beneficios tributarios a las donaciones y a la realización o apoyo de programas de interés social en general son el instrumento legal por excelencia para promover la responsabilidad social empresarial. En este contexto, es necesario y conveniente demandar al Estado la expedición de normas legales que creen, modifiquen o amplíen beneficios tributarios, especialmente en lo referido al Impuesto a la Renta y al Impuesto General a las Ventas (IGV).

2. En el caso peruano, Telefónica del Perú y Corporación Backus destacan por realizar una importante política de imagen institucional como parte de su estrategia empresarial, reforzando su rol de "empresa comprometida con el desarrollo social del Perú". Por ejemplo, recientemente la primera ha publicado *Telefónica en el Perú: cercanía y compromisos 1999*, que, además de información sobre sus actividades, inversiones, tarifas, entre otros, incluye un rubro especial sobre las actividades realizadas dentro del ámbito social, especialmente en los sectores educación, salud, difusión del patrimonio de la nación y promoción del arte.

Esto no necesariamente implica el establecimiento de una regulación legal que imponga, desde arriba y con carácter obligatorio, una práctica de responsabilidad social a las empresas³, pues la agenda de la responsabilidad social no se agota en el establecimiento de beneficios o franquicias tributarias, sino que es fundamentalmente una cuestión de cultura empresarial. De lo que se trata es que los actores involucrados –tanto empresas como organizaciones de la sociedad civil– se convenzan de la importancia y utilidad de la presente agenda, así como de la conveniencia de realizar intercambios voluntarios entre ellos. En el nivel legal, supone el reconocimiento del valor de la autorregulación; es decir, la adhesión, práctica y establecimiento voluntario de principios o códigos de conducta dentro del ámbito privado que lleven a las empresas a actuar responsablemente.

Según lo anterior, la responsabilidad social empresarial plantea, en el ordenamiento jurídico, la conveniencia de encontrar un adecuado balance entre la necesidad de establecer normas legales que regulen y fomenten de manera específica las prácticas empresariales socialmente responsables, o de crear mecanismos que –si bien tienen componente legal– trasciendan la expedición de normas especiales o la modificación de las existentes en determinadas áreas del Derecho, en especial en los ámbitos tributario y laboral.

Cabe señalar que en las reuniones de trabajo en las que hemos participado –especialmente aquella con representantes de las empresas–, se hizo hincapié en la necesidad de crear o fomentar un clima de transparencia y confianza entre los diferentes actores involucrados. Ello se refiere no sólo a la actividad empresarial, sino también al desempeño de las organizaciones de fines no lucrativos (en especial de las ONG), con el fin de favorecer los términos de coparticipación sostenida entre ambos actores y no únicamente canalizar el apoyo de las empresas a través de donaciones, lo cual contribuirá al tema de la responsabilidad social empresarial en general.

3 El proyecto de Ley marco del empresariado, publicado el 6 de mayo de 1999, no contempla de manera expresa, dentro del Título preliminar, un artículo especial que establezca la necesidad o conveniencia de una práctica de responsabilidad social empresarial; o, de manera específica, aspectos de carácter laboral o vinculados con la preservación del medio ambiente y recursos naturales. Los principios recogidos están referidos a la economía social de mercado sustentada en la libre competencia, libertad empresarial y libre acceso a la actividad económica; así como buena fe en la actuación empresarial y sanción al abuso de posición de dominio y prácticas restrictivas a la libre competencia.

En el Perú no existe una regulación especial que sistematice el tema de la responsabilidad social empresarial. No obstante, determinados ámbitos del sistema legal conducen hacia prácticas o estrategias responsables por parte de las empresas, aun cuando –como hemos indicado– la responsabilidad social va más allá del cumplimiento de determinadas obligaciones legales: los ámbitos del derecho tributario (beneficios a donaciones, auspicios y ejecución de proyectos de interés social con beneficio tributario), laboral (conceder beneficios colaterales a los trabajadores o sus familias, ya fuere mediante decisiones individuales de la propia empresa o convenios colectivos) y ambiental (aplicación de prácticas de cuidado y conservación del entorno en que actúa la empresa) son el eje central de una actuación empresarial responsable.

Sin perjuicio de las regulaciones legales sobre la materia, consideramos que es fundamental para el fomento de una cultura de responsabilidad social el desarrollo de mecanismos complementarios que –si bien tienen origen legal en los derechos de asociación (creación de entidades especiales que sean líderes o monitoras de la responsabilidad social, bajo la forma de entidades privadas) y contratación (establecimiento de alianzas estratégicas a través de convenios de cooperación)– se centren en toda la temática vinculada a la autorregulación.

> 1. Ámbito tributario

1.1 Importancia del marco tributario

Un marco tributario favorable suele ser el instrumento por excelencia para promover la responsabilidad social empresarial, en especial los beneficios tributarios a las donaciones. Bajo esta óptica, la función del sistema legal es crear o ampliar los beneficios tributarios; lo que se traduce en una reducción de la carga impositiva para las empresas, herramienta que utiliza el Estado para fomentar tareas de promoción y desarrollo social. De este modo, las empresas detraen determinados recursos o bienes en favor de determinadas tareas de promoción social, sea en favor de la propia comunidad beneficiaria o de organizaciones civiles sin finalidad lucrativa que realizan labores de carácter cultural, educativo o asistencial (caso de las ONG), contribuyendo así a prácticas socialmente responsables.

Por eso, el establecimiento de un marco tributario propicio puede ser un estímulo importante para la adecuada canalización de recursos hacia prácticas de responsabilidad social de la empresa, tanto en el nivel interno (trabajadores) como externo (comunidad).

No obstante, advertimos que la actual política del Poder Ejecutivo peruano no favorece la ampliación o establecimiento de beneficios tributarios adicionales, pues el eje fundamental de la política fiscal es el aumento de la base y recaudación tributaria, es decir, la generación de mayores ingresos públicos a través del sistema tributario.

Por otra parte, debemos recordar que, en el pasado, el establecimiento de mayores beneficios tributarios en materia de donaciones llevó a un mal uso de tales beneficios. Este antecedente negativo implica que, de crearse o ampliarse los beneficios tributarios, serán necesarios un adecuado control y supervisión por parte de la administración pública. Esto significa un costo administrativo adicional que dificulta la situación, pues también es política del Poder Ejecutivo reducir el gasto y aparato públicos. En este contexto, desde la perspectiva de la administración pública, se privilegian con tratamiento favorable las donaciones que se realicen directamente a favor del Estado.

Debido a ello, el fomento de una legislación favorable en materia de donaciones –entre otros aspectos de carácter tributario– debe entenderse como un mecanismo de redistribución, ya que, a la larga, beneficiará al conjunto de actores involucrados, incluyendo al Estado. En efecto, los Estados modernos se benefician al estimular la iniciativa privada en la solución de problemas sociales y desafíos públicos.

La participación del Estado consiste en una suerte de financiamiento indirecto a favor de las diferentes organizaciones de carácter privado, mediante el mecanismo de renuncia parcial a su expectativa de recaudación con efectos redistributivos. Por ejemplo, en el caso del Impuesto a la Renta, permite que parte de las donaciones o aportes que realicen las empresas contribuyentes pueda descontarse o deducirse como crédito, rebaja o gasto –según la legislación correspondiente– contra el impuesto que les corresponda pagar.

1.2 Mecanismos utilizables en el nivel tributario

Los mecanismos tributarios que promueven la responsabilidad social empresarial dependen de la política de cada Estado. Consideramos como elementos esenciales dentro del ámbito tributario: 1) el grado de extensión del beneficio en cuanto a los posibles beneficiarios o receptores de las donaciones o aportes; 2) el mecanismo para deducir las donaciones: gasto o crédito en el caso del Impuesto a la Renta; y, 3) el establecimiento de registros administrativos y mecanismos de control por parte del Estado, lo que implica el consecuente gasto público.

> Mecanismos o instrumentos legales para promover la responsabilidad social empresarial

En el Perú, como hemos indicado anteriormente, la política actual limita los beneficios tributarios a los contribuyentes. Por ejemplo, en el caso del tratamiento tributario a las donaciones, el beneficio consiste en un crédito especial contra el Impuesto a la Renta, el cual se encuentra limitado a determinado tipo de organizaciones de carácter cultural o educativo y no de manera general a favor de organizaciones de promoción o asistencia social, salud u otras. Por otra parte, el Impuesto General a las Ventas (IGV) grava las donaciones de bienes muebles a favor de terceros y la calidad de sujeto de impuesto la tiene la empresa que efectúa la donación: el IGV que gravó tal donación no puede ser trasladado al donatario o beneficiario de la misma, ni ser utilizado como costo o gasto de la empresa donante o de la organización beneficiaria.

Sin perjuicio del panorama político antes descrito, a continuación desarrollamos nuestras propuestas para fomentar la responsabilidad social empresarial:

a. Ampliación del beneficio tributario en favor de las donaciones que realizan las empresas respecto del Impuesto a la Renta

Actualmente, la Ley del Impuesto a la Renta (Texto Único Ordenado aprobado mediante Decreto Supremo No. 054-99-EF) otorga a las donaciones el beneficio de ser un crédito contra dicho tributo. Este beneficio está limitado a las donaciones realizadas en favor de instituciones educativas y culturales de fines no lucrativos y bajo el siguiente procedimiento: a) el importe del crédito está en función a la tasa media del contribuyente del Impuesto a la Renta sobre el monto donado; y b) el tope es del 10% de la renta neta global o del 10% de las rentas netas de tercera categoría, luego de efectuada la compensación de pérdidas.

La ampliación del beneficio tributario en los aspectos antes indicados implicaría una modificación en la Ley del Impuesto a la Renta, que debería considerar los siguientes aspectos:

a.1 Ámbito de las instituciones no lucrativas beneficiarias de las donaciones.– El beneficio debería extenderse a:

- Organizaciones de promoción o asistencia social, beneficencia, educación, arte y cultura, gremiales, salud, medio ambiente, deporte, científicas, tecnológicas o de investigación, defensa, promoción o protección de derechos humanos.
- Organizaciones formadas únicamente por trabajadores o con participación de representantes de la empresa, para desarrollar programas de capacitación y similares.

- Organizaciones destinadas a promover o ejecutar programas o proyectos en determinadas áreas de interés productivo y siempre que dichas áreas tengan vinculación con las actividades que desarrolla la empresa donante conforme a su objeto social, como por ejemplo: micro y pequeña empresa, agricultura, agroindustria. En este caso, se puede evaluar la conveniencia de que tales organizaciones tengan carácter lucrativo (pequeñas empresas de industriales o agricultores) o no lucrativo (asociaciones o fundaciones cuyo objeto social sea la promoción o apoyo de las actividades antes descritas o que tengan carácter gremial).
- Asociaciones o fundaciones cuyo objeto social sea realizar actividades de auspicio o promoción de las actividades anteriormente indicadas (educación, salud, promoción social, entre otros); esto es, organizaciones intermediarias de recursos empresariales que canalicen los mismos a los destinatarios finales o en favor de actividades determinadas⁴.

a.2 Forma de utilización del beneficio tributario

- Ampliar el tope del 10% que actualmente se aplica sobre la renta neta global del contribuyente que realiza la donación; esto es, establecer un tope mayor (15 ó 20%).
- Establecer topes diferenciados, determinándolos según la renta neta del contribuyente en función de Unidades Impositivas Tributarias (UIT); así, cuanto más ingresos tenga el contribuyente, la tasa será menor. Alternativa o conjuntamente, se pueden establecer topes especiales en función de las actividades que desarrolla la empresa (por ejemplo, actividad minera, hidrocarburos y actividades conexas)⁵.
- Ampliar la tasa actual que se aplica sobre el monto donado para efectos de determinar el crédito fiscal correspondiente, o mantenerla pero aplicándola sobre un monto mayor al donado. Ello implica que, por ejemplo, en el caso de las empresas (rentas de tercera categoría) que tienen una tasa del Impuesto a la Renta del 30%, la cual se aplica sobre el monto donado, se aplique una tasa mayor (por ejemplo 40%); o que se mantenga la misma tasa del 30%, pero que ésta se aplique sobre el doble del monto donado, para tener así un monto mayor de crédito fiscal contra el Impuesto a la Renta.

4 En el caso de México, encontramos que, conforme al artículo 70 de la Ley del Impuesto a la Renta, las instituciones (asociaciones civiles, de asistencia privada y fideicomisos) que pueden solicitar autorización para ser donatarias (emitir recibos deducibles del Impuesto a la Renta) no sólo son entidades que operan directamente sus programas en determinadas áreas mencionadas en la ley, sino también entidades que apoyan económicamente a otras donatarias autorizadas. En este caso, para efectos del registro correspondiente, la Administración Tributaria solicita un convenio celebrado con la(s) beneficiaria(s) correspondiente(s).

5 En Venezuela, la Ley del Impuesto a la Renta establece un tope a las liberalidades del 1% de la renta neta cuando el contribuyente se dedica a actividades de hidrocarburos y conexos.

> Mecanismos o instrumentos legales para promover la responsabilidad social empresarial

- Establecer un sistema mixto: a) deducción de la renta bruta como gasto, dicha deducción puede estar sujeta al establecimiento de porcentajes determinados sobre el monto donado y con topes respecto de la renta neta global; y, b) crédito fiscal, con los límites anteriormente indicados⁶.
- Establecer un sistema mixto de topes o tasas diferenciadas en favor de determinadas donaciones que se orienten hacia sectores que el Estado considere necesario promover o apoyar, por ejemplo: sector cultural, asistencia social, médico.⁷

a.3 Limitaciones a los beneficios tributarios

Dado que la política actual del Poder Ejecutivo peruano no es favorecer, de manera amplia y genérica, los beneficios o exoneraciones tributarias, consideramos que, a través de la vía reglamentaria, podrían establecerse determinados parámetros para el beneficio tributario a las donaciones en materia del Impuesto a la Renta. De este modo, proponemos lo siguiente:

- No deducir las donaciones en aquellos casos en que el contribuyente haya sufrido pérdidas en el ejercicio inmediatamente anterior a aquél en que efectuó la donación. La racionalidad de esta limitación se sustenta en el hecho de que "resulta contradictorio que una persona que haya tenido pérdidas en un ejercicio realice liberalidades, para efectos tributarios, en el siguiente" (Itriago e Itriago 1994: 166).
- Las entidades privadas sin fines de lucro receptoras de donaciones con beneficio tributario deberán dedicarse exclusiva o principalmente a las actividades que gozan del beneficio tributario, como aquellas de carácter cultural⁸, asistencial, educativo, entre otras de fines no lucrativos. En este último caso, tal carácter puede estar reglamentado en función de un porcentaje (mayoritario) del destino de los ingresos en favor de tales actividades.

6 A título ilustrativo, cabe señalar que mediante la Ley No. 25381 (28 de diciembre de 1991) se estableció como deducción especial contra el Impuesto a la Renta, las donaciones que realicen los contribuyentes de cualquier categoría en favor de universidades, centros educativos y culturales, así como "entidades afines registradas por el Ministerio de Economía y Finanzas", bajo el sistema siguiente: a) deducción como gastos hasta el 75% del monto donado hasta el límite del 20% de su renta neta global; b) deducción como crédito contra el Impuesto a la Renta, equivalente a la aplicación de la tasa media del contribuyente sobre el doble del monto donado.

7 En el caso de Chile, existe una Ley Especial de Fomento a las Donaciones Culturales (Ley 18.985, 1990). Dicha ley establece un crédito especial equivalente al 50% de tales donaciones en dinero; en ningún caso, el crédito por el total de las donaciones de un contribuyente podrá exceder del 2% de la renta líquida imponible del año. La misma ley dispone mecanismos de control o supervisión respecto de la entidad donante y de los beneficiarios (donatarios), cuyos proyectos de carácter cultural deben estar debidamente aprobados por un comité especial calificador de donaciones privadas.

8 En caso de la Ley de Donaciones Culturales de Chile, comentada en la nota anterior, se establece que el objeto social de los beneficiarios (corporaciones o fundaciones) es tener un objeto exclusivo dedicado a "la investigación, desarrollo y difusión de la cultura y el arte" (artículo 1).

- Determinar el ámbito de acción de las organizaciones destinadas a promover o realizar actividades de agricultura, micro y pequeña empresa. Por ejemplo, en el caso de que las beneficiarias sean micro y pequeñas empresas industriales o agrícolas de carácter mercantil, se debe establecer el referido concepto en función del volumen de ingresos o activos, para poder gozar de la condición de entidad potencialmente beneficiaria de donaciones con efecto tributario.
- En caso de disolución de la entidad receptora de donaciones con beneficio tributario, el saldo del patrimonio neto se destinará a otra donataria autorizada; es decir, no sería suficiente que se destine a una organización no lucrativa similar, sino que la misma también debe estar autorizada para ser receptora de donaciones con beneficio tributario⁹.

b. Beneficios tributarios respecto del Impuesto General a las Ventas

Con relación a las donaciones de bienes muebles (no están incluidas las donaciones de dinero), la Ley del Impuesto General a las Ventas (Texto Único Ordenado aprobado mediante Decreto Supremo No. 055-99-EF) considera las donaciones como operaciones gravadas, en calidad de retiro de bienes por parte del donante, aplicándose en consecuencia la tasa total del 18% sobre el valor del bien donado. Ello genera un costo adicional para la empresa donante, ya que no puede trasladar el IGV al receptor de la donación.

En atención al marco legal existente en materia de IGV, cualquier modificación o exoneración implicaría una reforma de la ley respectiva. Las reformas que proponemos son las siguientes:

- b.1** Establecer una exoneración expresa respecto de las donaciones que se realicen en favor de entidades receptoras de donaciones con beneficio tributario para el Impuesto a la Renta, siempre que las empresas y las entidades receptoras se encuentren inscritas en los registros especiales a cargo de la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (Sunat). En estos casos, sería conveniente establecer que el donante no pierde el derecho a aplicar el crédito fiscal que corresponda al bien donado.

⁹ Este requisito para ser donataria autorizada ha sido establecido por la legislación mexicana sobre el Impuesto a la Renta, el mismo que debe estar contenido en el estatuto de la institución respectiva, conjuntamente con las siguientes obligaciones: a) no tener fines de lucro, b) no distribuir entre los asociados las utilidades y c) no participar en actividades de proselitismo político o religioso.

> Mecanismos o instrumentos legales para promover la responsabilidad social empresarial

b.2 De no concederse la exoneración antes indicada, podrían establecerse los siguientes mecanismos:

- Que el donante (empresa) pueda trasladar el IGV al receptor de la donación.
- Que el receptor de la donación pueda utilizar el IGV trasladado como crédito fiscal, conforme a las normas sobre la materia, o que él mismo pueda solicitar la devolución del IGV trasladado mediante el sistema de notas de crédito negociables¹⁰.

c. Beneficios tributarios a las actividades de auspicio

De manera general, en el Perú, la Ley del Impuesto a la Renta permite la deducción de los gastos necesarios para "mantener la fuente" en el caso de las rentas de tercera categoría (rentas empresariales); es decir, la deducción de aquellos gastos destinados a contribuir a la generación de la renta empresarial. En este sentido, es importante anotar que mediante la Ley No. 27356 (publicada el 18 de octubre de 2000) se precisó el principio de causalidad antes indicado: los gastos necesarios para producir y mantener la fuente (respecto de rentas de tercera categoría) deben ser normales para la actividad que genera la renta gravada, así como cumplir con criterios tales como razonabilidad en relación con los ingresos del contribuyente, entre otros.

Entre las actividades de auspicio, nos interesa destacar que uno de los gastos deducibles por las empresas es el rubro referido a gastos de publicidad. Para efectos del Impuesto a la Renta, es posible deducir como gastos de publicidad aquellos derivados de actividades de auspicio o similares, cuya aplicación obedece a una estrategia empresarial de marketing social o corporativo. Cuando una empresa elige una causa social de apoyo o patrocinio como parte de sus objetivos estratégicos, busca lograr la lealtad y reconocimiento social de sus consumidores más allá del corto plazo, abrir nuevos mercados y adquirir ventajas que lo diferencien de sus competidores, constituyendo así una herramienta de posicionamiento en el mercado.

Por ello proponemos que la Ley del Impuesto a la Renta se modifique, estableciéndose expresa y claramente la deducción como gasto de las actividades

¹⁰ En el ámbito de la cooperación técnica internacional, el Decreto Legislativo No. 783 (publicado el 31 de diciembre de 1993) estableció que el Impuesto General a las Ventas y el Impuesto de Promoción Municipal que se paguen en las compras de bienes y servicios efectuadas con financiación proveniente de donaciones del exterior y de la cooperación técnica internacional no reembolsable otorgadas por gobiernos, instituciones extranjeras u organismos de cooperación técnica internacional en favor, entre otros, de instituciones sin fines de lucro previamente autorizadas y acordadas con el gobierno peruano, podrán ser objeto de devolución mediante el sistema de notas de crédito negociables. Para tal efecto, las entidades beneficiarias deberán, entre otros requisitos, contar con lo siguiente: en el caso de instituciones nacionales, estar inscritas en la Secretaría Ejecutiva de Cooperación Técnica Internacional (SECTI); y de ser extranjeras, estar inscritas en el Ministerio de Relaciones Exteriores, en el Registro de Entidades Exoneradas del Impuesto a la Renta a cargo de la Sunat, y ejecutar un programa, proyecto o actividad aprobado o registrado por el gobierno peruano.

de auspicio o promoción¹¹ en determinadas áreas de prioridad social: cultura, arte, educación, medio ambiente, promoción o protección de derechos humanos, salud, ciencia y tecnología, deporte, asistencial o caritativo, entre otras. Tales deducciones se aplicarían en la medida en que las empresas no gocen de otro beneficio tributario –como crédito contra el Impuesto a la Renta u otro sistema que establezca la legislación–, para evitar la duplicidad de beneficios. Además, podrían incluirse entre las actividades consideradas de auspicio los supuestos en que las empresas asumen directamente el pago de los gastos vinculados con la actividad auspiciada, por ejemplo el pago de bienes o servicios involucrados: alquiler de local, pago de personal, compra de materiales, entre otros.

d. Beneficios tributarios a programas sociales desarrollados por empresas

La realización de donaciones por parte de las empresas no constituye el único instrumento para fomentar prácticas socialmente responsables. También es importante que las empresas desarrollen programas sociales de más largo aliento que una donación puntual. Como consecuencia de lo anterior, proponemos que se permita que las empresas deduzcan como gasto del Impuesto a la Renta los egresos ocasionados por la realización de tales programas en determinadas áreas de prioridad social, esas actividades podrían referirse a los siguientes rubros:

- Reducción de la contaminación y, en general, conservación, defensa, recuperación y mejora del medio ambiente y de los recursos naturales, en concordancia con las normas establecidas en el Código del Medio Ambiente y normas sectoriales involucradas.
- Cultura y arte
- Educación, ciencia y tecnología
- Deporte
- Salud
- Micro y pequeña empresa, agricultura, agroindustria

La mencionada deducción se admitiría siempre que dichas actividades estén vinculadas con el objeto social de la empresa. En este caso, se podrían definir tales actividades y establecer parámetros a través de la vía reglamentaria.

De acuerdo con la mayor o menor vinculación con el objeto social de la empresa de tales programas, podrían establecerse topes (porcentajes) a dicho beneficio.

¹¹ Las actividades de auspicio o patrocinio suelen diferenciarse de la donación pura y simple por el hecho de que se orientan hacia la publicidad institucional o promocional. En el Perú, por ejemplo, encontramos los casos de la empresa Bellsouth respecto de la Bienal de Lima (organizada por la Municipalidad Metropolitana de Lima); y el de la empresa Unique S.A., que patrocina los avisos publicados por la Business Software Alliance (BSA) contra la piratería de programas de computación.

Alternativamente, también podrían fijarse topes limitativos en función del tipo de actividad; de este modo, el Estado priorizaría u orientaría la ejecución por parte de las empresas de determinados programas de interés social.¹²

e. Ampliación de la exoneración del Impuesto a la Renta en favor de entidades no lucrativas

Sobre este tema se han efectuado dos sucesivas modificaciones a fines del año 2000. De acuerdo con la modificación realizada a la Ley del Impuesto a la Renta, mediante Ley No. 27356 (publicada el 18 de octubre de 2000), se limitó el beneficio tributario de exoneración del impuesto en favor de asociaciones civiles y fundaciones, respecto de aquellas que exclusivamente tengan alguno o varios de los siguientes fines: cultura, investigación, beneficencia, asistencia social y hospitalaria (modificación del artículo 19, inciso b).

Posteriormente, a través de la Ley No. 27386 (publicada con fecha 29 de diciembre de 2000), se modificó nuevamente el artículo 19 inciso b, ampliándose los beneficios a fundaciones y asociaciones civiles que tengan exclusivamente alguno o varios de los siguientes fines: beneficencia, asistencia social, educación, cultural, científica, artística, literaria, deportiva, política, gremiales, de vivienda; siempre que dichos beneficios no se distribuyan, directa o indirectamente, entre los asociados y que en sus estatutos esté previsto que su patrimonio se destinará, en caso de disolución, a cualquiera de los fines indicados.

Si bien vuelven a ampliarse los fines, no se incorpora la posibilidad de "fines semejantes" que presentaba el texto anterior a las modificaciones. También debemos destacar que la segunda reforma hace una distinción respecto de las operaciones mercantiles que realicen asociaciones civiles y fundaciones, estableciendo que en su caso no se aplicará la exoneración del Impuesto a la Renta a las rentas provenientes de operaciones mercantiles distintas a sus fines estatutarios, debiendo el Ministerio de Economía y Finanzas dictar las normas reglamentarias correspondientes (lo que hasta la fecha no ha ocurrido).

Se ha mantenido la exoneración antes indicada hasta el 31 de diciembre del año 2002.

12 La Ley del Impuesto a la Renta de Colombia permite que las personas jurídicas puedan deducir, de manera general, las sumas que invierten en reducción de la contaminación y mejora del medio ambiente. La deducción se limita al 20% de la renta neta del contribuyente. Igualmente, para el caso de proyectos de investigación científicos o tecnológicos ejecutados directamente por las empresas y que sean aprobados por la autoridad competente, se establece un límite del 20% de la renta neta del contribuyente.

No obstante el panorama descrito, consideramos que, como parte de una política tributaria de aliento a la agenda de la responsabilidad social empresarial, sería importante reexaminar este tema, ampliándose el beneficio tributario de exoneración del Impuesto a la Renta a asociaciones y fundaciones que persigan determinados intereses, y no restringir tal beneficio a un número limitado de instituciones no lucrativas. La finalidad de este beneficio es fortalecer y promover al denominado Tercer Sector en general, con el fin de que el mismo sea contraparte o coejecutor de actividades de responsabilidad social empresarial.

De este modo, podría incorporarse a asociaciones o fundaciones (organizaciones de finalidad no lucrativa) cuyo objeto social sean las siguientes actividades: profesional, tecnología e investigación, defensa, promoción o protección de derechos humanos, medio ambiente, promoción social, fomento de actividades productivas –como micro y pequeña empresa, agricultura o agroindustria–, organizaciones formadas por trabajadores o empresa para desarrollar programas de capacitación y similares, organizaciones cuyo objeto social sea realizar actividades de auspicio o promoción de las actividades anteriormente indicadas.

Junto con la citada ampliación de la exoneración del Impuesto a la Renta, habría que establecer beneficios tributarios en materia del Impuesto General a las Ventas, respecto a las donaciones que realicen estas entidades no lucrativas, pues actualmente éstas no gozan de exoneración expresa para las donaciones que derivan de la ejecución de proyectos de interés social (es el caso de las ONG). Creemos que la continuidad o ampliación de este y otros beneficios tributarios debe ir aparejada de un conjunto de mecanismos de supervisión y transparencia respecto de los actores involucrados (empresas, ONG).

1.3 Necesidad de un marco legal de supervisión por parte del Estado

Si bien es necesario estimular mayores beneficios tributarios como una herramienta para fomentar la responsabilidad social empresarial, al mismo tiempo es sumamente importante crear un clima de confianza y transparencia entre los actores involucrados. De este modo, el Estado debe contar con los mecanismos de supervisión e información adecuados que permitan identificar un mal manejo o abuso de las exoneraciones concedidas (tanto en el caso de las donaciones como en las actividades realizadas por organizaciones no lucrativas exoneradas del Impuesto a la Renta), sin que ello implique un excesivo aumento en los costos administrativos estatales.

> Mecanismos o instrumentos legales para promover la responsabilidad social empresarial

Desde la perspectiva de las empresas, la adecuada supervisión y la disponibilidad de la información determinará que tengan mayor disposición para efectuar donaciones en favor de terceras entidades, pues confiarán en que los recursos canalizados se destinarán a la finalidad prevista.

Según el panorama legal peruano, para que las donaciones que realicen las empresas gocen de beneficios tributarios para el Impuesto a la Renta, tanto las entidades beneficiarias como las donantes deben estar inscritas previamente en registros especiales a cargo de la Sunat. Igualmente, cada año los receptores de donaciones deben informar a la Sunat sobre la aplicación de los fondos o bienes recibidos durante el año anterior, sustentándola con comprobantes de pago.

En el caso de la exoneración del Impuesto a la Renta para asociaciones y fundaciones que persiguen determinados objetivos, la ley sólo establece la formalidad de inscripción en determinado registro administrativo (que tiene carácter declarativo y no constitutivo), el cual tiene duración indeterminada y está sujeto a actualización (a través de la comunicación correspondiente) en la medida que se modifique el estatuto de la organización.

Si bien se debe rescatar la eficiente labor de fiscalización realizada por la Sunat en los últimos años (igualmente el Estado supervisa las actividades, origen y aplicación de fondos de las ONG inscritas en el registro administrativo correspondiente a través de la Secretaría Ejecutiva de Cooperación Técnica Internacional, SECTI), advertimos que tales mecanismos no resultan suficientes. Debido a ello, considerando la conveniencia de que se establezca un marco legal de supervisión por parte del Estado, podrían considerarse como alternativas las siguientes medidas (específicamente en el nivel de la Ley del Impuesto a la Renta):

- a. Presentación de información financiera adecuada (reportes periódicos, balances anuales) para permitir a la Administración Tributaria acreditar la condición de entidad exonerada del Impuesto a la Renta, a través de la realización efectiva de actividades de interés social u otras materia del beneficio.
- b. Presentación de informes o reportes financieros más detallados, a cargo de los receptores de donaciones (donatarios), pudiendo incluso incorporar a las empresas donantes (las cuales gozan del beneficio de crédito contra el Impuesto a la Renta); lo que permitirá el cruce de información correspondiente. A través de reglamento, podrían establecerse los rubros específicos de la información que debería ser proporcionada –referidos a las fuentes y uso detallado de los recursos recibidos– por parte de los beneficiarios de donaciones.

- c. Acceso o divulgación pública de la información financiera, reportes o balances presentados por los actores privados involucrados, debiendo cautelar para tal efecto el adecuado respeto al derecho a la privacidad de tales actores¹³. Para tal efecto, las alternativas por considerar serían: a) publicación de balances, como una obligación de las entidades receptoras de donaciones o exoneradas del Impuesto a la Renta o a través de publicación especial de la Administración Tributaria; o b) entrega de la referida información a requerimiento e identificación de los interesados.
- d. Obligación de contar con una auditoría externa contable por parte de las entidades receptoras de donaciones o exoneradas del Impuesto a la Renta; de modo tal que los balances o reportes que se presenten estén debidamente auditados (ver rubros a y b precedentes). Dicha auditoría externa podría ser realizada por un auditor libremente elegido por la entidad involucrada (estableciendo determinadas limitaciones, por ejemplo, que no se trate de una persona o empresa que tenga vinculación económica o familiar con los miembros o directivos, o sea empleado de la organización involucrada) o por auditores especialmente registrados ante la Administración Tributaria.
- e. En el caso especial de los beneficios tributarios a las donaciones, podría evaluarse la conveniencia de establecer un sistema de calificación o aprobación de los proyectos a los que se van a aplicar las donaciones por parte de los beneficiarios¹⁴, sean éstos específicos o generales (programas de actividades). Tal calificación podría estar a cargo de un comité especial calificador de donaciones (tal como en el caso chileno), el cual podría ser una instancia especializada al interior de la propia Administración Tributaria (Sunat) o una instancia mixta, presidida por la Sunat y que incorpore a representantes de otros estamentos públicos: Ministerio de Economía y Finanzas, Ministerio de Industria, Ministerio de Trabajo e inclusive representantes de una entidad gremial del sector empresarial.

13 En el caso de la legislación mexicana sobre Impuesto a la Renta, las donatarias autorizadas para recibir donativos con beneficio tributario deben mantener a disposición del público, en su domicilio fiscal y durante el horario normal de labores, la siguiente documentación: autorización para recibir donativos publicada en el Diario Oficial y el expediente presentado para obtener la autorización como donataria (documento de identificación fiscal, alta en el Registro Federal de Contribuyentes, escritura constitutiva y declaraciones y dictámenes fiscales correspondientes a los últimos tres años). Las instituciones de asistencia o beneficencia privada no tienen que cumplir con este último punto (CEMEFI 1997: 14).

14 La Ley de Donaciones Culturales de Chile (Ley No. 18.985) denomina "proyecto" al plan o programa de actividades culturales o artísticas que el beneficiario se propone realizar dentro de un plazo de tiempo determinado. Puede referirse a la totalidad de las actividades que el beneficiario desarrollará durante ese período, o sólo a algunas específicas. Por otro lado, establece que el proyecto podrá referirse a la adquisición de bienes corporales destinados permanentemente al cumplimiento de las actividades del beneficiario, a gastos específicos con ocasión de actividades determinadas o al funcionamiento de la institución beneficiaria.

> Mecanismos o instrumentos legales para promover la responsabilidad social empresarial

Por otra parte, podría estudiarse la conveniencia de establecer determinadas limitaciones legales para efectos de gozar y mantener el beneficio tributario a las donaciones, como sucede en el Perú respecto de la importación de bienes donados con beneficio tributario. Por ejemplo, prohibir durante un determinado período de tiempo la transferencia de los bienes adquiridos con el producto de las donaciones (en la medida en que se pueda individualizar el destino de los recursos donados) o los donativos en bienes realizados en favor de organizaciones receptoras de donaciones. Quedarían exceptuados de esta prohibición los supuestos de transferencia en favor de instituciones de fines similares y por causa justificada, hecho que será informado y sujeto a fiscalización posterior, o aprobado previamente por la Administración Tributaria (o alternativamente por el comité especial de calificación de donaciones propuesto en el rubro 'e' precedente).

> 2. Ámbito laboral

2.1 Importancia del análisis de esta área

En la medida en que las empresas sustentan sus procesos internos destinados a la producción de bienes y servicios en las relaciones laborales que mantienen con las personas que trabajan para ellas, el ámbito del derecho laboral es uno de los más importantes para promover el tema de la responsabilidad social empresarial. De este modo, las empresas pueden adoptar medidas promocionales que abarquen no sólo al trabajador, sino también a su familia, más allá del cumplimiento de las normas mínimas que establece el ordenamiento laboral vigente.

2.2 Régimen de trabajadores discapacitados

En el Perú existe un régimen especial que permite el acceso al trabajo y protege la salud de la persona que padece cualquier forma de discapacidad. Una de las principales declaraciones contenidas en la legislación sobre la materia es que la persona discapacitada cuenta con iguales derechos que la población en general, sin perjuicio de los beneficios que se le puedan reconocer dentro de un contexto promocional.

Así, se ha creado el Consejo Nacional para la Integración de la Persona con Discapacidad (CONADIS), que está formado por entidades públicas, representantes de asociaciones de discapacitados y de sus familiares. Para facilitar su funcionamiento y permitir la implementación de sus políticas se le asigna recursos presupuestales estatales, así como un porcentaje proveniente de la recaudación de

actividades de juegos de lotería y similares; igualmente se le permite acceder a donaciones o recursos de cooperación técnica.

a. Regulación en el nivel de derechos laborales

La legislación especial sobre discapacitados reconoce el goce de todos los beneficios y derechos que la regulación laboral común establece para los trabajadores en general. En segundo lugar, y como un elemento fundamental para el funcionamiento del sistema, la ley ratifica el derecho a no ser discriminado por discapacidad y se sanciona con nulidad todo acto que afecte el ingreso, la permanencia o las condiciones de empleo. Adicionalmente, la legislación otorga medidas promocionales, como bonificación especial del 15% para concurso público de méritos, y una preferencia de contratación para las empresas integradas por discapacitados, todo ello dentro del sector público nacional.

b. Regulación de medidas compensatorias y de protección

Para que un régimen de promoción funcione es necesario conceder medidas especiales que complementen la decisión estatal, por ello se establece:

- Inafectación de derechos arancelarios para la importación de vehículos especiales, prótesis y otros, siempre y cuando estén destinados al uso exclusivo del discapacitado.
- Acceso a crédito preferencial y otros beneficios tributarios, que no se señalan en la ley, para los centros de educación y capacitación de personas discapacitadas.
- Deducción de gastos sobre el importe total de las remuneraciones para las empresas privadas, las mismas que se obtendrán respecto de la renta bruta en un porcentaje adicional establecido por el Ministerio de Economía y Finanzas.

De este modo, cualquier empresa puede apoyar a un determinado sector de la población, como es el caso de los discapacitados, ya sea a través de contrataciones directas de personal con derecho a beneficio tributario o apoyo al CONADIS en las actividades promocionales que realice.

2.3 Fomento del liderazgo de los trabajadores

Tradicionalmente se ha fomentado el liderazgo de los trabajadores a través del desarrollo de organizaciones gremiales o laborales (sindicales). Sin embargo, desde los últimos años el país atraviesa una suerte de pérdida de conciencia laboral y falta de líderes representativos. Como consecuencia de ello, la actividad de los trabajadores ha quedado circunscrita principalmente al cumplimiento de las pautas de los empleadores, careciendo de iniciativa y participación en la gestión y desarrollo de la empresa. Obviamente existen empresas que cuentan con representaciones laborales

> Mecanismos o instrumentos legales para promover la responsabilidad social empresarial

que mantienen una estrecha colaboración con los empleadores, pero son casos aislados que de ninguna manera reflejan la actual situación del país.

Otra forma de promoción y creación de líderes es el fomento de la capacitación y el acceso a la educación para perfeccionamiento o especialización de los trabajadores. Pero este estímulo del liderazgo laboral es muy restringido en la actualidad, especialmente en el nivel de funcionarios; por tanto, no constituye una política estructurada e integral de todos los trabajadores. Ante ello, las empresas deben tomar mayor conciencia de la importancia de la formación de líderes, pues a la vez potenciarán su imagen y presencia en la comunidad de forma general, insertándose de manera más eficaz y estable en la misma.

La capacitación o formación profesional hoy se ha convertido en una gran preocupación para los países, ya que debido a los procesos de globalización se necesita estandarizar los sistemas productivos y creativos, a efectos de poder afrontar la competencia que el mercado exige, especialmente cuando estamos ante empresas cuyo rubro es el de la exportación de productos. Por ello, los estados de la Comunidad Andina (ex Grupo Andino) han suscrito el Acuerdo Simón Rodríguez, cuyo objetivo es la participación de los actores sociales –empleadores y trabajadores– en el desarrollo socio laboral; una de sus preocupaciones es la formación profesional y la participación activa de trabajadores y empleadores en el desarrollo de la región.

En el Perú, son pocas las empresas que mantienen políticas de capacitación de sus trabajadores, esos casos son:

- Telefónica del Perú.– Según se aprecia en su Memoria Anual, realiza eventos de especialización y capacitación para trabajadores, así como para ejecutivos y directivos. Desde el año 1998 cuenta con el Centro de Formación de Telefónica, donde técnicos, practicantes, jóvenes profesionales y ejecutivos realizan estudios de gestión de la empresa.
- Matsushita Electric Industrial del Perú S.A. (MIPSA).– En el año 1998, en colaboración con la Asociación AOTS de Japón y la Sociedad Nacional de Industrias del Perú, fundó el Centro de Entrenamiento Matsushita Electric Industrial (CEMAPE), donde brinda capacitación no sólo a su propio personal sino al de otras empresas en forma gratuita.
- Instituto de Formación Bancaria (IFB).– Entidad patrocinada por las empresas del sistema financiero bancario del país. Su objetivo es formar y capacitar en las áreas de administración bancaria, diplomado internacional en banca, así como dictar cursos de especialización acordes con la entidad que los contrata.
- Instituto Tecnológico Superior de la Construcción, dependiente de la Cámara Peruana de la Construcción (CAPECO).– Su propósito es formar y capacitar a

técnicos en construcción, en las especialidades de dibujo técnico, residencia de obras, programas integrales, entre otros.

Las organizaciones de trabajadores, preocupadas por la formación profesional, cuentan con:

- Instituto de Estudios Sindicales.– Lo promueve la Confederación General de Trabajadores (CGTP). Su fin es formar y mejorar la capacidad de los líderes sindicales, a efectos de brindar una mejor colaboración en la tarea de defensa de los intereses de los trabajadores.

2.4 Participación de los trabajadores

En el sistema establecido por los Decretos Legislativos No. 677 y 892, la única forma de participación de los trabajadores que resulta relevante para promover el tema de la responsabilidad social es la percepción de las utilidades de la empresa a razón de un 5% como mínimo (el porcentaje varía según el sector en el que se ubica la empresa) sobre el total de las utilidades brutas (antes de calcular el Impuesto a la Renta). El monto indicado se distribuye entre todos los trabajadores según dos criterios: el de los días de trabajo y el del monto de las remuneraciones. En total, el monto no puede superar el tope de 18 remuneraciones.

Considerando que la aplicación del 5% sobre las utilidades –luego de distribuidas entre los trabajadores– puede implicar la existencia de un remanente o saldo a favor, se ha creado el Fondo Nacional de Capacitación Laboral y de Promoción del Empleo (FONCALPROEM), entidad que cuenta con personería jurídica de derecho privado. Esta entidad funciona como un ente totalmente privado con criterios competitivos y es administrada de manera conjunta por los delegados de las empresas que aportaron al Fondo y por los representantes de los sectores involucrados, correspondiendo al Ministerio de Trabajo y Promoción Social la presidencia del mismo.

Los recursos del FONCALPROEM están destinados a fomentar la creación de nuevos puestos de trabajo y realizar tareas de capacitación. En el año 1999 se realizó por primera vez un concurso público para adjudicar la utilización de los importantes recursos asignados al Fondo, de allí en adelante se han realizado convocatorias anuales en las que han intervenido entidades de capacitación de todo el país. Debemos resaltar que sólo pueden acceder a este Fondo las empresas que aporten al mismo; también pueden acceder a sus recursos miembros de la comunidad en general que propongan planes de desarrollo de capacidad laboral o educación para el trabajo.

2.5 No discriminación en materia laboral

El tema de la discriminación es un factor sumamente importante dentro del concepto de responsabilidad social de la empresa, pues muchas veces –por interés productivo o de marketing o en virtud de prejuicios sociales– se impide el acceso o ascenso de los trabajadores al aplicar políticas o prácticas discriminatorias.

La Ley No. 26672 prohíbe la discriminación en el nivel laboral de los trabajadores debido a su raza, sexo, religión, opinión o idioma, y establece como penalidades tanto la multa administrativa como la sanción de nulidad de los actos que se sustenten en una forma de discriminación (incluido el despido), además del pago de una indemnización por el daño causado.

Con esto se busca fomentar una cultura laboral uniforme, en la que el tratamiento y aplicación de las normas sea igual para los trabajadores en general. Sin embargo, ni el Ministerio de Trabajo ni otros sectores eventualmente comprendidos realizan un seguimiento de la ejecución de dichas normas, por lo que se ha usado este derecho para interponer demandas en las que se solicita la nulidad del despido al estar sustentada la separación en un acto de discriminación.

La legislación ha considerado específicamente la protección de los trabajadores que puedan ser portadores del VIH o padecer SIDA. Mediante la Ley No. 26626, se les reconoce la igualdad para el acceso al trabajo y la permanencia en él; y se sanciona de forma expresa con nulidad el acto de separación que se motiva en padecer dicha enfermedad. No se contemplan normas promocionales para quienes contraten a dichas personas.

2.6 Gastos de salud, educación y otros

Las normas que regulan la relación laboral, la definición de remuneración y las condiciones de trabajo (aparejadas en algunos supuestos con las normas del Impuesto a la Renta) permiten que los empleadores puedan conceder a sus trabajadores beneficios que no tienen naturaleza remunerativa y que pueden ser deducidos como costos operativos del empleador (como son los de salud, educación y otros). En el caso de la Ley del Impuesto a la Renta, se reconoce como gasto deducible de la renta de tercera categoría los gastos y contribuciones destinados a prestar servicios de salud, recreativos, culturales y educativos, así como los gastos de enfermedad de cualquier servidor.

En cuanto a la salud, es práctica usual que los empleadores contraten pólizas

especiales de atención de manera complementaria a los servicios públicos. Tales pagos –que se pueden realizar en favor de los familiares a cargo de los trabajadores– no tienen naturaleza remunerativa y, por ende, no son base de cálculo para ningún derecho u obligación laboral, inclusive las contribuciones de seguridad social, renta y cualquier otro impuesto que grave las remuneraciones.

Adicionalmente, la Ley del Impuesto a la Renta permite deducir como gasto (renta de tercera categoría) los pagos que efectúe el empleador por las primas de seguro de salud del cónyuge e hijos del trabajador, siempre que estos últimos sean menores de 18 años (también están comprendidos los hijos del trabajador mayores de 18 años que se encuentren incapacitados).

Probablemente este aspecto variará debido a la presencia de entidades prestadoras de salud que permiten disponer, como crédito a cuenta de los pagos que corresponden al empleador, de un porcentaje de hasta el 25% de la contribución al régimen de salud de la Seguridad Social.

En cuanto a la educación, se suele interpretar de forma separada la norma laboral de la tributaria. La norma tributaria se refiere al concepto educación de manera general, mientras que la laboral regula la posibilidad de percibir este derecho de forma mucho más comprensiva. Así, por ejemplo, tales actividades educativas podrían estar referidas a cursos de educación o perfeccionamiento del propio trabajador; también puede tratarse de bonificación por escolaridad respecto de los hijos del trabajador, en este caso dichas sumas no configuran remuneración por disposición expresa de la ley. Adicionalmente, la empresa podría pactar con su representación laboral condiciones especiales sobre el tema educativo, las mismas que deberán ser analizadas en función de las características que las revistan.

Ello implica que el empleador y el trabajador cuentan con mecanismos propios –como son la negociación colectiva– para establecer condiciones de trabajo que favorezcan no sólo al trabajador sino también a su familia. En tales casos, esto no conlleva necesariamente la generación de gastos colaterales en impuestos o contribuciones, respecto de los recursos asignados a dichas actividades.

2.7 Condiciones de trabajo en las empresas mineras

Dadas las especiales características que rodean a la inversión minera y al desarrollo de sus actividades, existe toda una regulación legal que establece obligaciones para los empresarios mineros con cargo a sus propios costos, a efectos de que proporcionen: viviendas adecuadas para los trabajadores, centros educativos para sus hijos o depen-

dientes y servicios de salud en general. La regulación la encontramos en el Texto Único Ordenado de la Ley General de Minería aprobado por Decreto Supremo 14-92-EM.

Las políticas empresariales destinadas a conceder a sus trabajadores un mejor ambiente de trabajo o a mejorar su estándar de vida se han aplicado con mayor dinamismo en este sector. De este modo, las empresas del sector minero han desarrollado prácticas socialmente responsables, con el fin de mejorar no sólo sus políticas productivas, sino también las condiciones de vida de los trabajadores y su familia de forma integral.

2.8 Invalidez, jubilación y retiro

Estos beneficios están regulados dentro de las normas de Seguridad Social sobre Pensiones tanto pública como privada (con excepción de la invalidez, que también está comprendida dentro de las normas sobre accidentes de trabajo).

La invalidez parcial o permanente genera el derecho de la persona a percibir una suma por concepto de indemnización por el daño sufrido y, en algunos casos, cuando la invalidez es permanente, el derecho a recibir una pensión en función del porcentaje de discapacidad causada. La declaración de invalidez parcial o permanente y la eventual percepción de pensión por tal derecho no impiden al trabajador prestar servicios remunerados.

Respecto a la jubilación o retiro, éste es un derecho generado exclusivamente en favor de los trabajadores que aportaron al régimen público o privado por un espacio de 20 años. Los montos por percibir son establecidos según el tiempo e importe de aportación de cada trabajador. En el régimen privado, es posible que el empleador realice aportes voluntarios o directos a la cuenta del trabajador, sin embargo ésta no es una práctica regular en nuestro medio. Es decir, las empresas podrían premiar a sus trabajadores no sólo con diplomas o reconocimientos –que son sumamente importantes–, sino con la efectiva realización de aportes extraordinarios a su fondo de jubilación, el cual tendrá un beneficio concreto en el futuro al incrementar su pensión de jubilación.

2.9 Beneficios para las madres

Tras muchos años de relegación de la madre trabajadora, se han reconocido derechos mínimos como:

- a. Hora de lactancia.– Se concede permiso de una hora diaria para que pueda cumplir con la lactancia a su menor hijo, por un período de hasta seis (06) meses,

desde la fecha de nacimiento del hijo. Corresponde a la trabajadora acordar la oportunidad de goce del beneficio, el cual se considera como tiempo laborado para todos los efectos, es decir, genera pago de remuneración.

- b. Goce de descanso pre y post natal.– Se ha regulado en mejor forma la concesión de este derecho, pues se ha establecido que, en caso de que exista variación en la fecha de alumbramiento, tales días de adelanto o atraso se retrasan o se consideran días de descanso por enfermedad, pero siempre se pagan a la trabajadora.

> 3. Medio ambiente

El ordenamiento legal peruano reconoce el derecho irrenunciable de toda persona a gozar de un ambiente saludable, ecológicamente equilibrado y adecuado para el desarrollo de la vida y, asimismo, a la preservación del paisaje y la naturaleza. En este sentido, todos tienen el deber de conservar el medio ambiente.

El Código del Medio Ambiente y los Recursos Naturales (Decreto Legislativo No. 613) reconoce de manera general una serie de principios, prácticas de política y planificación ambiental, medidas de seguridad, acciones de carácter educativo y de participación ciudadana, establecimiento de sanciones administrativas y tipificación de ilícitos penales vinculados con la infracción de las normas sobre la materia. Sin embargo, no contiene beneficios o estímulos tributarios específicos vinculados con esta materia.

Adicionalmente, mediante normas reglamentarias o sectoriales (especialmente del sector energía, hidrocarburos, minería, entre otros) se desarrollan mecanismos, registros, pautas de actuación (guías de manejo ambiental) y otros temas relacionados con el adecuado uso y conservación de los recursos naturales involucrados en cada rama de actividad.¹⁵

En el nivel de la protección del medio ambiente, se establece que las personas que pretendan realizar alguna actividad que por su riesgo ambiental pudiera exceder los niveles o estándares tolerables de contaminación o deterioro del medio ambiente, deberán elaborar Estudios de Impacto Ambiental (EIA), a cargo de entidades especializadas independientes (debidamente registradas ante la autoridad sectorial

¹⁵ Por ejemplo, mediante el Decreto Supremo No. 44-98-PCM (publicado el 11 de noviembre de 1998), se estableció el Reglamento nacional para la aprobación de estándares de calidad ambiental y límites máximos permisibles. En el nivel sectorial, en el sector minería, mediante R.D. 34-98-EM-DGAA, se aprobó la publicación de guías ambientales para el manejo de problemas de ruido en la industria minera y de estabilidad de taludes de depósitos de residuos sólidos provenientes de actividades mineras.

> Mecanismos o instrumentos legales para promover la responsabilidad social empresarial

correspondiente). La finalidad de dichos estudios es asegurar que las actividades por desarrollar no excedan los estándares antes indicados; para tal efecto, se establecen las medidas que será necesario adoptar para evitar o reducir el daño a niveles tolerables. Dichos estudios deben contener un breve resumen para efectos de su publicidad, con lo que existirá mayor transparencia y visibilidad respecto del accionar de las empresas en relación con el medio ambiente, lo cual estimulará no sólo el cumplimiento de las normas sobre la materia, sino también la implementación de medidas adicionales dentro de una agenda de responsabilidad social.

Por otra parte, la legislación establece la obligación de las empresas involucradas de presentar programas de adecuación y manejo ambiental (PAMAS), para lo cual existen normas específicas aplicables a cada sector, según sus necesidades¹⁶. El objetivo de dichos programas es que las empresas inviertan e implementen acciones para reducir o eliminar daños al medio ambiente, para así alcanzar los niveles máximos permisibles establecidos por la autoridad competente.

En conclusión, en el Perú, tanto las personas naturales como jurídicas –de acuerdo con lo prescrito en la Constitución Política del Perú, el Código del Medio Ambiente y Recursos Naturales y las normas sectoriales específicas– deben respetar el entorno en el cual desarrollan sus actividades, protegiendo y conservando el ecosistema existente. En este contexto, la conservación y preservación del medio ambiente (tanto en el nivel correctivo como preventivo) surge como una obligación legal. Serán las prácticas y el convencimiento de los actores involucrados, dentro de una estrategia de responsabilidad social, los que llevarán a una actuación más allá del cumplimiento de la normatividad legal vigente.

¹⁶ Mediante Decreto Supremo No. 016-93-EM se estableció el Reglamento para la protección ambiental en la actividad minero-metalúrgica, estableciéndose en el artículo 9 que los titulares de actividades minero-metalúrgicas están obligados a presentar programas de adecuación y manejo ambiental. Similares normas encontramos en el ámbito del sector hidrocarburos, pesquería, electricidad, entre otros.

> Otros mecanismos: fomento de la autorregulación

Según antes se ha resaltado, es necesario fomentar un clima de transparencia y confianza entre los actores involucrados; a la vez que es conveniente promover una cultura de responsabilidad social, sustentada en un convencimiento interno y de adhesión voluntaria que forme parte de la estrategia de las empresas. Es allí donde surge la autorregulación.

A continuación sugerimos diferentes mecanismos, concurrentes con aquellos de carácter tributario y laboral, destinados a promover una política de responsabilidad social empresarial.

> 1. Establecimiento de códigos de conducta, declaraciones de principios o similares

En la medida en que la responsabilidad social empresarial se asuma fundamentalmente como un cambio en la cultura empresarial que reformule las estrategias a cargo de las compañías y de los otros actores sociales involucrados, el mecanismo de autorregulación será el más adecuado para fijar códigos de conducta, declaraciones de principios o de mejores prácticas.

Definimos la autorregulación como la determinación, administración, aplicación, supervisión y eventual sanción de pautas, lineamientos generales o parámetros establecidos por las partes involucradas y posteriores adherentes de manera voluntaria, en ejercicio de su libertad constitucional de asociación. De este modo, por ejemplo, se pueden constituir gremios de empresarios responsables socialmente, gremios de consumidores o una entidad privada especializada en el tema de la responsabilidad social empresarial que establezcan tales parámetros, los que serían cumplidos por los integrantes o asociados.

En este punto se suele reconocer el importante valor de las redes u organizaciones de segundo grado, tal como Business for Social Responsibility en Estados Unidos, entidad que busca extenderse a nivel mundial: "Esta red reúne a organizaciones que voluntariamente se someten a cumplir con una serie de principios éticos en su conducta de negocios, asumiendo corresponsabilidad frente al Estado y sociedad civil por la promoción del desarrollo social y el respeto al medio ambiente" (Business for Social Responsibility).

La agenda de la responsabilidad social empresarial comprende una variada gama de aspectos: laboral, ambiental, establecimiento de alianzas para la ejecución de programas de desarrollo sostenido con otros actores, salud, educación, políticas de marketing que respeten los derechos de los consumidores, políticas de promoción y

> Otros mecanismos: fomento de la autorregulación

prácticas a favor del respeto por los derechos humanitarios en general (propiedad intelectual, discapacitados, contra la discriminación, entre otros). A la vez, tales aspectos deben sustentarse en principios generales de actuación integral de las empresas: honestidad, lealtad, respeto por los demás (trabajadores, consumidores, comunidad en la que se insertan), integridad y buena fe (Business for Social Responsibility. "Manual...").

En este contexto, la labor de promoción o persuasión es la pieza fundamental de la responsabilidad social empresarial. Dicha labor podría estar liderada, en principio, por una entidad ya constituida (por ejemplo, PERÚ 2021 o gremios empresariales existentes), o por una nueva entidad constituida para este y otros aspectos que se desarrollen en este rubro.

Creemos que la imposición de un código de conducta por mandato legal podría crear un efecto contrario al deseado, configurando la responsabilidad social como una obligación adicional o mayor a las que existen actualmente para las empresas, cuando precisamente se trata de ir más allá del mero cumplimiento de la normatividad legal.

> 2. Organismo especializado en monitoreo, liderazgo y promoción de la responsabilidad social empresarial

Como parte de los mecanismos alternativos para fortalecer la responsabilidad social de las empresas, destaca el establecimiento de una organización especial cuyos objetivos principales serían:

- a. Difundir y promocionar la responsabilidad social empresarial.
- b. Servir de vehículo de interacción entre las empresas y organizaciones no lucrativas, con el fin de fortalecer un clima de confianza y transparencia entre ambos sectores.
- c. Certificar y supervisar el comportamiento de entidades, tanto empresas como organizaciones no lucrativas, que voluntariamente se sometan a su control.

Desde el punto de vista legal, se plantea el tema de la determinación de su naturaleza jurídica; esto es, su constitución como:

- a. Persona jurídica de derecho público (creada por ley).
- b. Persona jurídica de derecho privado creada por ley o por iniciativa de ley.¹⁷ Podría tener composición mixta con representantes del Estado y del sector privado, tanto en el nivel empresarial como del sector no lucrativo, pero a la vez se

constituiría como una entidad neutral respecto de los sectores involucrados (en este esquema, el tema de la autorregulación surgiría a partir de la ley).

- c. Persona jurídica de derecho privado creada voluntariamente por iniciativa de las partes interesadas (empresas, entidades no lucrativas o representantes del Estado). Se enmarcaría dentro de una estructura de autorregulación, lo que no excluye el cumplimiento de las normas formales para su constitución y organización.

Consideramos que la forma legal más recomendable –y además más utilizada en otros países– es conformar una organización privada que surja de la iniciativa voluntaria de los actores involucrados; o, de ser el caso, fortalecer las organizaciones existentes en el país que actualmente pudieran estar promoviendo la agenda de responsabilidad social empresarial (como PERÚ 2021).

Como ejemplo de lo anterior, merece destacarse la experiencia de la organización norteamericana Business for Social Responsibility (BSR) –fundada en 1992, en el presente agrupa a más de 1400 empresas entre miembros y afiliados–, cuyo objetivo es promover la responsabilidad social empresarial entre sus participantes. Como instrumento importante de su estrategia, dicha organización ha desarrollado un manual de afiliados destinado a promover una ética de responsabilidad social a la vez que identificar áreas especiales de actuación vinculadas, tales como medio ambiente (contaminación, utilización de residuos, utilización eficiente de agua y energía), ambiente de trabajo (fortalecimiento de liderazgo, capacitación), salud, relaciones con la comunidad (voluntariado, proyectos educativos) y relación con los consumidores (atención de reclamos, difusión y publicidad de información respecto de bienes y servicios que ofrecen –*disclosure*–). Al mismo tiempo, ofrece diversos productos y servicios vinculados a la variada gama de la responsabilidad social empresarial, como auditorías, programas de entrenamiento, información y asistencia técnica en general.

Por otra parte, hace 30 años se fundó en Venezuela, por iniciativa de la empresa privada, la organización Dividendo Voluntario para la Comunidad. Su fin es canalizar

17 Ejemplo de coparticipación del Estado y el sector empresarial en la conformación de una persona jurídica especial es el caso del Sistema de Información Empresarial (SIEM). Su creación como persona jurídica de derecho privado sin fines de lucro fue autorizada respecto del Ministerio de Industria, Turismo, Integración y Negociaciones Comerciales Internacionales, mediante Ley No. 26935 (Ley sobre simplificación de registros administrativos). Igualmente, se autorizó al mencionado ministerio a contratar directamente con dicha persona jurídica la administración y operación del SIEM. Esa autorización comprende la constitución social de una asociación civil, en la que participa el Ministerio de Industrias junto con otras entidades públicas o privadas (Decreto Supremo No. 024-98-ITINCI, artículo 16), transfiriendo para tal efecto la información propia o de terceros que posea respecto de este sistema de información y que no sea de carácter reservado.

Sobre esta experiencia es importante rescatar las inquietudes que surgieron en nuestras reuniones con el gremio empresarial, en torno de la necesidad de realizar las coordinaciones pertinentes para definir –entre otros aspectos– a los representantes del sector empresarial que participarán en dicha persona jurídica y establecer los objetivos; puesto que la eficacia de este tipo de instituciones no depende de su creación por ley (carácter vertical), sino del esfuerzo concertado de los actores involucrados.

> Otros mecanismos: fomento de la autorregulación

de manera centralizada y coordinada la participación de las empresas y de particulares en la promoción de soluciones a diversos problemas sociales, tanto a través de la administración eficiente de recursos del sector privado (hacia programas gerenciados por otras ONG, por ejemplo), como en la ejecución de programas y proyectos propios en todo el territorio nacional.

Igualmente, el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI), asociación civil sin fines de lucro fundada en 1988, busca entre otras metas, promover la inversión social de la empresa; propiciar la profesionalización y organización del trabajo de las instituciones filantrópicas, así como su diversificación; establecer y promover canales de comunicación dentro del sector filantrópico y hacia el conjunto de la sociedad. El CEMEFI está integrado mayoritariamente por fundaciones y asociaciones, al mismo tiempo que por personas naturales y empresas.

En el Perú, esta organización podría adoptar la forma legal de una asociación civil sin fines de lucro, por tener un régimen bastante flexible en nuestro sistema legal. En esta entidad participarían en calidad de miembros (asociados) tanto empresas (sociedades mercantiles) como, de ser el caso, organizaciones no lucrativas.

El consejo directivo de la asociación podría estar integrado por personalidades destacadas, tanto del ámbito empresarial como filantrópico del país. La participación de representantes del Estado (por ejemplo, del Ministerio de Industrias, Ministerio de Trabajo, entre otros sectores o instituciones involucrados) también podría considerarse en distintos niveles:

- a. Asignar en el estatuto un número determinado de representantes del Estado como parte del consejo directivo.
- b. Establecer en el estatuto un órgano especial denominado Consejo Consultivo o similar, integrado por destacados personajes, representantes de determinadas entidades públicas o privadas y, en general, interesados en el tema que, sin tener formalmente la condición de asociados (lo cual implica ejercer el derecho de voz y voto en la asamblea general, órgano máximo de la asociación), puedan asesorar a la asamblea general o al consejo directivo.

El sostenimiento de esta entidad privada sería a través de cuotas de los asociados, contribuciones voluntarias de los miembros o de terceras fuentes cooperantes como Cooperación Técnica Internacional, tarifas o retribuciones derivadas de los servicios de consultoría, información, entre otros, que prestaría la asociación. Cabe destacar que el tema del financiamiento es de esencial importancia, dado que se relaciona

con la viabilidad misma de la organización; y es especialmente relevante en la etapa inicial de lanzamiento y legitimación dentro de la sociedad en la que se inserta.

Los objetivos específicos de esta organización serían fundamentalmente los siguientes:

- a. Difundir y promover la agenda de responsabilidad social empresarial no sólo entre sus miembros o afiliados, sino también fortalecer la misma entre todos los sectores involucrados, incluido el mantenimiento de canales de comunicación con el Estado que promuevan este tema en el diseño de políticas públicas y establecimiento de los marcos legales correspondientes (ámbito fiscal, laboral, entre otros).
- b. Desempeñar un rol de autorregulación o de control normativo. Es decir, desarrollar determinados principios o pautas de responsabilidad social empresarial a través del establecimiento de códigos de conducta o valores o similares; los mismos que, si bien son de adhesión voluntaria de parte de los miembros o afiliados, han de ser respetados por los mismos. Esta organización puede realizar una labor de monitoreo permanente de los programas y proyectos de sus entidades miembros o afiliadas, conforme con los códigos o pautas establecidas. Derivado de ello, la organización puede servir de organismo privado de seguimiento, de modo tal que pueda denunciar los casos de infracción legal a los organismos estatales responsables (por ejemplo a Indecopi en el caso de protección al consumidor). Al mismo tiempo, podría establecer determinadas sanciones a sus miembros. Su fuerza sancionadora o disciplinaria dependerá del grado de legitimidad que logre dentro de la comunidad; lo cual no depende necesariamente de su creación por ley o su naturaleza estatal, sino del prestigio, seriedad e independencia que gane en la sociedad.
- c. Asesorar u orientar a las empresas en la canalización de su inversión social. Así como prestar asesoría técnica destinada al fortalecimiento institucional a organizaciones no lucrativas, con el fin de que se conviertan en contrapartes o aliados de las empresas para el desarrollo conjunto de acciones de responsabilidad social.
- d. Promover programas o proyectos específicos en temas de interés: medio ambiente, educación, deporte, entrenamiento, capacitación y fomento de liderazgo de los trabajadores de las empresas.
- e. Desarrollar una base de datos de organizaciones no gubernamentales (ONG) u otro tipo de organizaciones no lucrativas para atender determinados

> Otros mecanismos: fomento de la autorregulación

requerimientos de las mismas y a la vez orientar a los donantes en su inversión social. Podría considerarse la conveniencia de que dicha base de datos estuviese a disposición del público interesado y no solamente de los miembros o afiliados de la organización. Para tal efecto, las organizaciones involucradas darían su autorización expresa para la difusión de tal información, con el propósito de evitar cualquier cuestionamiento referido a su derecho a la privacidad (respecto de la información que no es de acceso público: programas, fuentes de financiamiento, perfil profesional de su *staff*, entre otros).

La existencia de información disponible al público tiene particular relevancia para consolidar la visibilidad respecto de las organizaciones del sector no lucrativo, con el objetivo de favorecer la coparticipación entre los diferentes actores involucrados.¹⁸

- f. Administrar y canalizar contribuciones abiertas o destinadas a proyectos específicos de las empresas donantes. De este modo, sirve como departamento de administración o garante del adecuado uso de los recursos de las empresas en sus actividades de carácter social que serán desarrolladas por las ONG o aplicadas directamente a las organizaciones/comunidades beneficiarias. Esto es de particular relevancia, en la medida en que se constata que a muchas empresas les interesa desarrollar vínculos de cooperación para actividades de responsabilidad social empresarial con las ONG, con lo cual desplazan el gasto administrativo u operativo a una tercera entidad. Pero, al mismo tiempo, observamos que en nuestro medio aún no se ha consolidado un clima de transparencia y confianza respecto a este tipo de organizaciones y, por otra parte, no existe información disponible relevante y confiable sobre ellas. Por tanto, la existencia de una organización especializada (sin perjuicio de la labor de fiscalización de la Sunat y la supervisión de la Secretaría Ejecutiva de Cooperación Técnica Internacional, SECTI) permitiría establecer mecanismos de monitoreo, supervisión y control de proyectos/programas de responsabilidad social.
- g. Realizar servicios de consultoría, asistencia técnica o profesional (auditorías contables u operativas, programas de entrenamiento o capacitación, asistencia legal), publicaciones y mantenimiento de bases de datos vinculadas al presente tema.

¹⁸ Debemos destacar que la información proporcionada a la Sunat y a la SECTI (en el caso de las ONGD) no es de acceso público. La información contenida en Registros Públicos, que sí está a disposición de los interesados, se refiere a la constitución social y al estatuto (así como sucesivas modificaciones) de asociaciones y personas jurídicas en general; designaciones de consejo directivo, representantes y apoderados; disolución y liquidación. Por tanto, no están comprendidos los datos referidos a asociados vigentes, balances, programas o proyectos, fuentes de financiamiento, entre otros.

> 3. Otorgamiento de reconocimientos, certificados de calidad y similares

Entre los instrumentos alternativos destinados a promover una política de responsabilidad social empresarial se suele mencionar la eficacia de la creación de reconocimientos especiales, tales como sellos o certificados de calidad o desempeño¹⁹, premios o similares de difusión pública. Estos reconocimientos provendrían tanto de empresas responsables como, en general, de iniciativas sociales realizadas por las ONG individual o conjuntamente con empresas²⁰.

La obtención de este tipo de certificados o premios ha de ser asumida por los empresarios como una inversión y no como un gasto, pues constituye una importante herramienta de marketing, a la vez que les permite un mejor posicionamiento/diferenciación en el mercado y en la comunidad en la que se insertan; considerando además que, en el caso de las grandes empresas o corporaciones y multinacionales, las mismas suelen diversificar sus productos o servicios en distintas áreas.

El impacto de estos premios, sellos o certificados de calidad dependerá del grado de prestigio que tenga la organización/institución que los otorga entre la sociedad. Tal reconocimiento social no depende necesariamente de su naturaleza de derecho público (creación por ley) o privado (por ejemplo, entidad sin fines de lucro organizada bajo la forma de una asociación civil), sino de la visibilidad y confiabilidad que la institución logre desarrollar en la comunidad en la que se inserta. Al mismo tiempo, tal credibilidad alentará el interés de los beneficiarios de los premios o certificados por acceder a los mismos.

Por ejemplo, la organización privada brasileña Fundación Abrinq por los Derechos de los Niños ha alcanzado una alta legitimidad en la defensa de los derechos de los niños, lo que ha llevado a que las empresas busquen su sello con el fin de ser

19 En el Perú, tenemos las empresas que otorgan los certificados ISO, destinados a establecer estándares internacionales de calidad. ISO 9000 es el término genérico utilizado para una serie de normas establecidas desde 1987 por la Organización Internacional de Estandarización (ISO), que establece los lineamientos para implementar, documentar y mantener un sistema efectivo de gestión de calidad. El objetivo es que, a través de la adopción de estos estándares, las empresas se encuentren en capacidad de satisfacer las necesidades de los usuarios, mejorando así su competitividad en el mercado y su productividad al interior de la empresa. El ISO 14000 designa, de manera general, el conjunto de estándares internacionales sobre gestión ambiental, dando prioridad a la acción preventiva antes que correctiva.

20 La organización privada venezolana "Dividendo voluntario para la comunidad" creó en 1993 el Premio a la Iniciativa Social del Año, con el fin de promover la acción social a través de la participación de las comunidades. Se entrega sobre la base del cumplimiento de una serie de requisitos respecto de la gestión realizada (debemos señalar que dichos premios se han otorgado a organizaciones no lucrativas). Entre los reconocimientos a empresas responsables socialmente, está el caso de la organización privada brasileña Fundação Abrinq pelos Direitos de Criança, que otorga un diploma especial y permite a las empresas utilizar un sello especial en sus productos (rótulos, envases, entre otro tipo de signos distintivos) que las identifica como "Empresa amiga de criança".

> Otros mecanismos: fomento de la autorregulación

reconocidas por el público como "colaboradoras de un importante proyecto", siendo premiadas así con la preferencia de los consumidores porque llevan el sello Abrinq de "empresa amiga de los niños".²¹

El ámbito de tal reconocimiento puede ir desde un simple premio hasta el otorgamiento de certificaciones de calidad o desempeño. Tales certificaciones pueden comprender la realización de auditorías/exámenes previos, así como procedimientos de continua supervisión o auditoría respecto de la adopción permanente de prácticas socialmente responsables por parte de las empresas involucradas.

La organización otorgante del reconocimiento o certificación de calidad puede ser una entidad independiente del Estado y de las partes interesadas.²² También podría ser la organización especializada destinada a promover el tema de la responsabilidad social empresarial, en la medida que su actividad no se confunda con la defensa primordial del interés de sus asociados (empresas miembros o afiliadas) y se mantenga como una organización independiente (certificador respetable). Es importante anotar que si se trata de una agencia privada a cuyo dictamen y vigilancia se sometan voluntariamente los interesados (dentro de un ámbito de autorregulación), este mecanismo será de difícil aplicación en el corto plazo, pues previamente será necesario fortalecer la importancia de la responsabilidad social empresarial y la institucionalidad de una organización de certificación y monitoreo de la misma.

En nuestro país las empresas interesadas tienen la posibilidad de legitimar sus sistemas en organismos certificadores acreditados en el Perú. Dichos organismos son entidades independientes que se acreditan ante el Organismo Nacional de Acreditación (Indecopi, Comisión de Reglamentos Técnicos y Comerciales), que tiene a su cargo la administración del Sistema Nacional de Acreditación. Este

21 Otra experiencia interesante en el caso del Brasil es la creación, en 1982, del Premio Anual para Proyectos de Ciudadanía o Premio Eco por parte de la Cámara Americana de Comercio de São Paulo. Este reconocimiento se otorga con la finalidad de reconocer y divulgar los esfuerzos de las empresas socialmente responsables, a la vez que se busca motivar a otras. En sus más de 15 años de existencia, 890 empresas nacionales y multinacionales han invertido 1 billón de dólares aproximadamente en 1091 proyectos presentados. En 1997, se registraron 85 proyectos por 70 empresas: 7 en cultura, 17 en educación, 29 en participación comunitaria, 19 en preservación ambiental y 13 en salud (Ribeiro 1998).

22 En el ámbito de las normas vinculadas a la protección del medio ambiente y recursos naturales, existen los estudios de impacto ambiental (EIA) y los programas de adecuamiento y manejo ambiental (PAMAS), elaborados por instituciones independientes, de naturaleza pública o privada, las mismas que son debidamente calificadas y registradas ante la autoridad competente (por ejemplo, registros especiales en el sector pesquero, agrario, industrias, sector minero-metalúrgico, entre otros). Los estudios de impacto ambiental se encuentran a disposición del público en general; no obstante, los interesados podrán solicitar que se mantenga en reserva determinada información cuya publicidad pueda afectar sus derechos de propiedad industrial o comerciales de carácter reservado o seguridad personal (artículos 10 y 11 del Decreto Legislativo No. 613, Código del medio ambiente y los recursos naturales).

sistema consta de un conjunto de reglamentos y guías técnicas que permiten evaluar, calificar y finalmente acreditar el siguiente tipo de entidades: laboratorios de ensayo y calibración; organismos de certificación de productos; organismos de certificación de sistemas de calidad y gestión ambiental; organismos de inspección; auditores de sistema de calidad. Las actividades que desarrollan estas entidades permiten verificar si un producto, proceso o servicio satisface los requisitos previstos en una norma, reglamento o especificación técnica; así, los documentos que estas entidades emiten poseen valor oficial.

> 4. Establecimiento de instrumentos de medición de las actividades de responsabilidad social: auditoría o balance social

La auditoría o balance social es una metodología especializada de medición de resultados destinada a evaluar de manera integral el desempeño social, económico y ético de una organización, sea una empresa o una ONG.

La necesidad de una auditoría social surge de las nuevas tendencias mundiales destinadas a promover el desarrollo sostenible de los diferentes actores que componen la sociedad civil y, como parte de ello, promover empresas socialmente responsables. El principal objetivo de este instrumento es fortalecer y hacer más transparente la trayectoria de las organizaciones a partir de los intereses de todos los involucrados (*stakeholders*), conjugados con una adecuada utilización de los recursos del medio ambiente.

De manera general, los indicadores vinculados con la auditoría o balance social miden el desempeño de la empresa respecto de las acciones realizadas en beneficio de sus propios empleados (más allá del cumplimiento de la legislación laboral obligatoria), aportes o proyectos realizados en favor de la comunidad y medidas de carácter preventivo o correctivo a favor del medio ambiente y recursos naturales. De este modo, si bien no existe un consenso general o estándar respecto de los indicadores involucrados, este instrumento suele contener la medición de los siguientes elementos:

- a. **Aspecto organizacional.**– Política o estrategia social de la empresa, instancias que participan en la toma de decisiones, recursos utilizados y modalidad de participación (este último, directamente o a través de terceros, por ejemplo, vínculos de cooperación o asesoría con ONG especializadas).
- b. **Proyectos sociales dirigidos al ámbito interno de la empresa (trabajadores y sus familias).**– Retribución, programas de capacitación y fortalecimiento del liderazgo,

> Otros mecanismos: fomento de la autorregulación

salud, alimentación y otros beneficios complementarios (transporte, vivienda, actividades recreativas, seguros).

c. **Proyectos sociales vinculados al ámbito externo de la empresa (comunidad).**– Naturaleza de la actividad desarrollada (asistencia o desarrollo sostenible); población dentro y fuera del área de influencia directa de la empresa. Área de desarrollo de proyectos: cultura, deporte, saneamiento y urbanización, defensa civil, obras públicas, campañas públicas y otros gastos en comunidades/organizaciones no lucrativas; inversiones en medio ambiente (reforestación, contaminación, utilización de agua y energía, entre otros).

d. **Beneficios para la empresa.**– Productividad, identidad, reputación e imagen.

e. **Beneficios para la comunidad.**– Medio ambiente, salud, educación y arte, cultura y deporte (Caravedo 1998a).

Son elementos importantes de este instrumento, por un lado, la existencia de una organización supervisora o verificadora independiente tanto del proceso como de los resultados; y, por otro, la divulgación o distribución de los resultados del balance social a los actores involucrados (fuente cooperante o comunidad beneficiaria). La divulgación de información respecto del balance social de la empresa debe respetar el derecho a la privacidad de las empresas u organizaciones respectivas.

En relación a la existencia de una organización supervisora independiente, en el nivel legal puede tratarse de una entidad del Estado o una agencia privada de certificación o monitoreo. A su vez, tal entidad puede ser de carácter especializado para fines de acreditación (como el caso de los certificados ISO o las entidades especializadas en estudios de impacto ambiental), o ser la misma organización de promoción y liderazgo de la responsabilidad social empresarial. En cualquier modalidad, es fundamental que la organización supervisora sea un verificador independiente y legítimo frente a la sociedad y a las propias empresas/organizaciones que se sometan a su auditoría.

Aquí es pertinente discutir la conveniencia de establecer como obligación legal la presentación de una auditoría o balance social ante la entidad pertinente, o que ésta derive de una adhesión voluntaria de los interesados, como parte del cambio de cultura empresarial hacia una política y estrategia de responsabilidad social. Al respecto, merece destacarse que en Porto Alegre, Brasil, existe una ley provocadora de prácticas positivas en materia de responsabilidad social empresarial y que crea el

balance social para empresas.²³ Dicha ley instituye la presentación obligatoria de un balance social; no obstante, su presentación responde a una iniciativa concertada entre los grupos empresariales involucrados y el Estado, con el fin de establecer prácticas novedosas de gestión en beneficio de todos los actores involucrados (Oliveira 1998).

En lo referente a la difusión pública de los resultados de la auditoría social, consideramos que es una pieza trascendental en el fortalecimiento de una política de responsabilidad empresarial. En efecto, la importancia y credibilidad de contar con instrumentos sociales de medición van aparejadas con el hecho de que éstos sean de acceso público; lo cual supone precisar el ámbito de publicidad correspondiente, tanto en cuanto al contenido (resultado final o todo el proceso involucrado) como respecto de las personas que puedan acceder a dicha información (publicación de amplia difusión o acceso previa solicitud ante la entidad correspondiente).

Este punto resulta especialmente delicado, ya que, por un lado, la difusión de la auditoría social fomenta la transparencia de la misma y promueve que la organización auditada se comprometa de manera más intensa en políticas de responsabilidad social empresarial; a la vez que refuerza su posición en el mercado de acuerdo con los resultados obtenidos (mejora de prestigio e imagen). Pero, por otro lado, existen riesgos evidentes que derivan de la seriedad e independencia de la entidad ante la que se presente o verifique dicha auditoría y la eventual manipulación de otros actores respecto de la información difundida, lo cual se haría más delicado en contextos políticos adversos.

> 5. Fortalecimiento de las asociaciones de consumidores

Resulta conveniente dar prioridad a los intereses colectivos de los consumidores, a través del fortalecimiento de asociaciones que los agrupen. En efecto, las prácticas socialmente responsables constituyen una ventaja competitiva, pues pueden ser premiadas con la preferencia de los consumidores.

En esta medida, la presión o crítica constructiva que puedan desarrollar este tipo de entidades contribuirá a que las empresas se preocupen en desarrollar una política de responsabilidad empresarial, la que finalmente beneficiará a todos los involucrados.

23 Esta ley establece que el balance social debe ser presentado por las empresas con sede en Porto Alegre que tengan más de 20 empleados. Las empresas que cumplan con presentarlo recibirán el Sello de Ciudadanía en acto público y con gran publicidad. A diferencia de Porto Alegre (que otorga el Sello de Ciudadanía a todas las empresas que presentan su balance social), en la ciudad de São Paulo (que aprobó una norma semejante en diciembre de 1998) el Sello de la Empresa Ciudadana se entrega solamente a las mejores empresas por decisión de una junta (jurado especial). Cabe destacar que cada una de las ciudades brasileñas mencionadas tiene criterios distintos en relación a los indicadores usados para el balance social.

> Otros mecanismos: fomento de la autorregulación

En el Perú se ha dado un importante paso, en materia de protección al consumidor, a través del Decreto Legislativo No. 716, Ley de Protección al Consumidor, y del Decreto Legislativo No. 691, Normas de la Publicidad en Defensa del Consumidor. A esto se suma la importante labor desarrollada en defensa de tales derechos por parte del Indecopi.

El artículo 4 del Decreto Legislativo No. 716 reconoce, de manera general, a "(...) las asociaciones de consumidores como organizaciones que se constituyen de conformidad con las normas del Código Civil. Su finalidad es la protección de los consumidores. Su representación se limita a sus asociados y a las personas que hayan otorgado poder en su favor y puedan interponer a nombre de ellos denuncias y reclamos ante las autoridades competentes".

De lo anterior se desprende que, si bien existe un reconocimiento general a este tipo de asociaciones en la norma antes indicada, la eficacia de las mismas dependerá, finalmente, de la legitimidad y poder de convocatoria que puedan lograr en la comunidad en la que se insertan.

Según el derecho constitucional de asociación (concretamente la facultad de autorregulación), las agrupaciones de consumidores pueden establecer determinados principios, códigos de conducta o "mejores prácticas" a ser tomados en cuenta por sus afiliados y empresas proveedoras de bienes y servicios (adhesión voluntaria), para la mejor defensa de los intereses protegidos por el citado decreto legislativo.

> 6. Fortalecimiento de las alianzas entre empresas y organizaciones del Tercer Sector

Las alianzas entre empresas y organizaciones del Tercer Sector constituyen un vehículo de cooperación o coparticipación para la ejecución conjunta de actividades de interés social o, en general, de actividades vinculadas con la temática de la responsabilidad social empresarial. A su vez, las alianzas son un importante vehículo de canalización de recursos y permiten a las empresas no distraer recursos o tiempo en la ejecución de tales actividades (reducción de costos operativos), a través de su acercamiento a entidades no lucrativas especializadas en determinados temas (por ejemplo: medio ambiente, micro y pequeña empresa, salud, educación, vivienda y rehabilitación urbana, entre otros).

En esta materia, consideramos conveniente que el marco legal sea bastante flexible, buscando fortalecer la figura de los contratos atípicos y aun innominados, sustentado en el principio de autonomía de la voluntad, el cual supone que las

partes pueden crear libremente las relaciones que estimen convenientes a sus intereses y delimitar su contenido, siempre que no vulneren normas de carácter imperativo.

El fortalecimiento de convenios de cooperación o alianzas (*partnerships*) entre las empresas y organizaciones del Tercer Sector no dependerá de que se regule de manera específica un contrato en tal sentido; sino, por el contrario, de que el marco legal no ponga limitaciones o trabas a su formalización, a la vez que se reconozca la validez y obligatoriedad de los mismos.²⁴

En los convenios o alianzas que se celebren es conveniente establecer cláusulas especiales destinadas a garantizar una adecuada transparencia en el manejo de los recursos involucrados; las pautas orientadoras para dichas cláusulas, con el fin de reducir los costos de transacción, pueden estar delimitadas a través de una entidad especial de monitoreo. Tales estipulaciones pueden referirse a los siguientes elementos: presentación de rendiciones de cuenta sobre la base de informes periódicos documentados o presentación de balances respecto de los recursos canalizados en favor de las organizaciones del Tercer Sector (los cuales pueden ser auditados); cuentas diferenciadas; instancias organizativas internas de toma de decisiones conjunta o seguimiento, que permitan la resolución de conflictos internos.

Desde el punto de vista tributario, advertimos que existen diferencias entre los convenios de cooperación/alianza y los contratos de prestación de servicios. Por tanto, el tratamiento tributario respecto del Impuesto General a las Ventas merecería también una diferenciación.

En el caso de que las organizaciones del Tercer Sector –como es el caso de las ONG– presten un servicio a cambio de una retribución en términos similares a los de cualquier empresa (por ejemplo, la elaboración de un informe técnico o consultoría sobre un tema determinado), debería aplicarse el régimen tributario común en cuanto al IGV.²⁵

24 La Constitución Política del Perú de 1993, dentro del capítulo referido a Principios generales del régimen económico, establece que "la libertad de contratar garantiza que las partes pueden pactar válidamente según las normas vigentes al tiempo del contrato. Los términos contractuales no pueden ser modificados por leyes u otras disposiciones de cualquier clase. (...)" (artículo 62). Por su parte, el artículo 1354 del Código Civil establece que "las partes pueden determinar libremente el contenido del contrato, siempre que no sea contrario a norma legal de carácter imperativo".

25 Decreto Legislativo No. 821, Ley del Impuesto General a las Ventas.

Artículo 1: El impuesto General a las Ventas grava las siguientes operaciones: b) La prestación o utilización de servicios en el país.

Artículo 3: Para efectos de la aplicación del Impuesto se entiende por: c) Servicios: 1) Toda acción o prestación que una persona realiza para otra y por la cual percibe una retribución o ingreso que se considere renta de tercera categoría para los efectos del Impuesto a la Renta, aun cuando no esté afecto a este último impuesto; incluidos el arrendamiento de bienes muebles e inmuebles y el arrendamiento financiero.

> Otros mecanismos: fomento de la autorregulación

No debería aplicarse dicho impuesto en el caso de los convenios de cooperación, en donde ambas partes participan activamente en el riesgo del logro del objetivo común; es decir, no se está ante la realización de un servicio de una parte en favor de la otra. En los convenios de cooperación, estamos ante una asignación o atribución de los recursos entre los distintos actores involucrados, para su aplicación a los componentes del proyecto o programa correspondiente.

La diferenciación anterior podría implicar una reforma en la Ley del Impuesto General a las Ventas, en el rubro referido a operaciones no gravadas, tal como es el caso de la adjudicación de bienes, asignaciones de recursos, bienes y servicios y operaciones de atribución en contratos de colaboración empresarial que no llevan contabilidad independiente (artículo 2, incisos "m", "n" y "o" de la Ley del IGV).

> 7. Fortalecimiento de las fundaciones.
El caso de las fundaciones de auspicio o promoción

El Código Civil, el cual regula las fundaciones en el Perú, no permite una actuación dinámica y flexible de tales instituciones. Por tanto, no sólo es suficiente crear un marco tributario favorable a las donaciones que se canalicen en favor de dichas entidades; sino que también es importante su fortalecimiento en el nivel institucional, lo que implicaría una reforma del Código Civil o el establecimiento de una ley especial de fundaciones.

En relación a este tema, con fecha 26 de mayo de 1995, fue publicado en el Diario Oficial *El Peruano* el anteproyecto de Ley de Fundaciones y su Exposición de Motivos, elaborado por una comisión especial designada por el entonces Ministro de Justicia, Dr. Fernando Vega Santa Gadea,²⁶ anteproyecto que no ha sido aprobado hasta la fecha.

Las principales modificaciones que proponemos al referido anteproyecto son las siguientes:

- a. Permitir la participación de los fundadores en una instancia u órgano especial de carácter potestativo, denominado Junta de Fundadores. Dicha instancia permitiría la participación de los fundadores en la vida institucional, mediante el ejercicio de las siguientes atribuciones: controlar los actos de la junta de administración y del gerente; de ser el caso, solicitar la intervención del consejo

²⁶ La comisión especial a cargo de elaborar el Anteproyecto de Ley de Fundaciones ha estado conformada por los doctores Carlos Fernández Sessarego (presidente), Carlos Enrique Becerra Palomino, Javier de Belaunde López de Romaña, Juan Guillermo Lohmann Luca de Tena y Yuri José Francisco Vega Mere (integrantes).

de supervigilancia de fundaciones; solicitar u opinar ante el consejo de supervigilancia de fundaciones sobre la fusión, modificación del estatuto, ampliación o modificación de los fines y disolución de la fundación, entre otras. El establecimiento de un órgano de este tipo puede estimular la creación de fundaciones por parte de empresas (sociedades) o empresarios que, en la actualidad, no tienen injerencia alguna en la actuación de una fundación, salvo que participen como administradores.

- b. Permitir la realización de actividades empresariales de manera directa por parte de las fundaciones, sin necesidad de acudir al mecanismo de aprobación del Consejo de Supervigilancia de Fundaciones (CONSUF) –sin perjuicio de dar cuenta de ello en la memoria anual que se presenta a dicho organismo–, siempre que tales actividades se empleen para incrementar sus recursos o para el funcionamiento de la institución y no se afecte la dotación patrimonial aportada por los fundadores.
- c. Permitir mecanismos ágiles de salida (disolución y liquidación) y reconversión (fusión) de las fundaciones.
- d. Ejecutar programas propios de la fundación o auspiciar actividades de terceros, siempre que tengan vinculación con los fines fundacionales.

Por otra parte, también sería conveniente que el objeto social de las fundaciones comprenda expresamente actividades de promoción o auspicio de obras de interés social (*sponsorship funds*), que podrían constituir un vehículo de canalización, administración o intermediación de recursos por parte de las empresas (donantes o *sponsors*) en favor de los beneficiarios finales (donatarios). La administración de los recursos estaría a cargo de la fundación y en ella podrían participar los empresarios. Tal participación podría ser como fundadores (creadores de la fundación) o como auspiciadores (*sponsors*), reconociéndoles en este último caso a tales empresarios los mismos derechos que a los fundadores, en circunstancias especiales que serán establecidas en el estatuto conforme con el interés fundacional (mecanismo de autorregulación).

- 1. La agenda de la responsabilidad social empresarial** se presenta, dentro del contexto económico actual, como un tema de especial relevancia, en la medida que las empresas necesitan tanto del desarrollo de su entorno interno (ambiente de trabajo) como externo (sociedad en la que se insertan), con el fin de poder desenvolverse y mantenerse en el mercado. Desde esta perspectiva, ser una empresa socialmente responsable puede representar una ventaja competitiva, ya que permite a la empresa destacarse o diferenciarse frente a la competencia, a la vez que lograr una mejor integración con la comunidad.
- 2. La temática de la responsabilidad social empresarial** no debe ser materia de regulación como una obligación legal adicional a las ya existentes a cargo de las empresas. Se trata de desarrollar una política de convencimiento y promoción para lograr la adopción de pautas o políticas socialmente responsables. Ello no excluye la colaboración del Estado en el establecimiento de programas especiales o beneficios de carácter tributario a las empresas.
- 3. En concordancia con lo anterior**, consideramos importante lograr un adecuado balance entre la necesidad de crear un marco legal especial para el fomento de la responsabilidad social empresarial y propiciar el sistema de la autorregulación, con el propósito de lograr el establecimiento voluntario de pautas o reglas de conducta acordes con prácticas socialmente responsables, no sólo por parte de las empresas, sino del conjunto de los actores involucrados (Estado, población y organizaciones no lucrativas).
- 4. Los instrumentos legales para promover la responsabilidad social empresarial** están fundamentalmente ubicados dentro de las áreas del derecho tributario, laboral y ambiental.

En el ámbito tributario, el énfasis lo encontramos en la creación o ampliación de beneficios tributarios a las donaciones que realizan las empresas (específicamente en el ámbito del Impuesto a la Renta y del Impuesto General a las Ventas) como un medio de canalizar recursos en favor de la comunidad o actividades de interés social. Otros mecanismos se refieren a la deducción de gastos por parte de las empresas, ampliación de beneficios tributarios a las entidades no lucrativas (asociaciones y fundaciones), entre otros. También advertimos la necesidad de que tales beneficios vayan acompañados de un adecuado marco de supervisión y de que la información esté disponible al público, de manera que se garantice la transparencia en el uso de los recursos involucrados.

En el ámbito laboral, encontramos no sólo medidas legales destinadas a garantizar condiciones mínimas en favor de los trabajadores, sino normas promocionales a partir de las cuales las empresas pueden realizar e incrementar prácticas

socialmente responsables (sector discapacitados, no discriminación en materia laboral, participación de los trabajadores en la empresa, deducción de gastos para efectos del Impuesto a la Renta). Como parte de esta estrategia, destacamos la necesidad de alentar el aspecto educativo y formativo de los trabajadores de manera integral.

En el caso del sector ambiental, se han establecido normas generales y normas sectoriales específicas de respeto al medio ambiente. En este sentido, las prácticas de conservación y preservación del medio ambiente surgen, en principio, como una obligación legal; no obstante, será saludable que las empresas mejoren o refuercen prácticas socialmente responsables destinadas a preservar el entorno en el cual desarrollan sus actividades.

5. Junto a la creación de un marco legal propicio para el desarrollo de prácticas socialmente responsables, es necesario fomentar mecanismos de autorregulación. Tales mecanismos implican un proceso de adecuación respecto de la forma de actuación del conjunto de actores involucrados, esto es, no sólo de las empresas sino de diversas organizaciones de la sociedad civil y del propio Estado.

Como parte de los mecanismos de autorregulación, destacamos los siguientes:

- a. Establecimiento de una organización que lidere, promueva o monitoree la agenda de la responsabilidad social empresarial. En la mayoría de los casos, esta tarea ha sido directamente asumida por los propios empresarios, sea a través de gremios o entidades especializadas en el tema, los que pueden agrupar a otros actores.
- b. Generación de políticas concertadas entre los diferentes actores involucrados (representantes del Gobierno, empresas e instituciones no lucrativas); lo cual implica la obtención de beneficios fiscales o laborales, bajo la óptica de que los mismos constituyen un mecanismo de redistribución de recursos y, a la vez, permiten al Estado delegar determinadas funciones sociales.
- c. Promoción de prácticas concertadas de adhesión voluntaria destinadas a promover la agenda de la responsabilidad social empresarial, así como fortalecimiento de alianzas estratégicas o convenios de cooperación dentro del ámbito constitucional del reconocimiento a la libertad de asociación y contratación, respectivamente.

6. En conclusión, la agenda de la responsabilidad social empresarial en el Perú implica no sólo crear un marco legal propicio para la misma (especialmente en el nivel de beneficios tributarios a las donaciones), sino que debe buscar insertarse dentro de una discusión más amplia que involucre temas tales como desarrollo sostenible, promoción, viabilidad y coparticipación, no sólo de las empresas sino del conjunto de actores involucrados en el contexto de la realidad social y económica del Perú.

> Bibliografía

- Business for Social Responsibility (BSR)
"Introduction to Corporate Social Responsibility"
www.bsr.org
"Manual para nuevos afiliados del Business for Social Responsibility" www.bsr.org

- Caravedo, Baltazar 1996
1998a
1998b
Empresa, liderazgo y sociedad.
Lima: SASE-PERÚ 2021
Responsabilidad social de la empresa.
Un eje para cambiar el país. Lima: SASE.
Perú: empresas responsables

- Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI) 1997
Principales obligaciones fiscales de las donatarias autorizadas – Legal 4. México:

- Dividendo voluntario para la comunidad 1998
Boletín Informativo. México

- Fundación ABRINQ por los derechos de los niños
"Guía de empresa amiga de los niños".
www.fundabrinq.org

- Itriago Machado, Antonio y Miguel Ángel Itriago 1994
El impuesto sobre la renta en las instituciones sin fines de lucro.
Caracas: Ediciones del Escritorio.

- Oliveira, Ana Cynthia 1998
"La autorregulación de las organizaciones de la sociedad civil". Ponencia presentada en el III Taller Regional Centroamericano "Un marco jurídico para la participación ciudadana", organizado por la Fundación Arias para la Paz y el Progreso Humano de Costa Rica. Guatemala.

- Ribeiro Pfeiffer, Claudia 1998
"Las empresas privadas en la solución de problemas de ciudades brasileiras. El caso de Río de Janeiro". Ponencia presentada en el Primer Encuentro de la Red de Investigadores sobre el Tercer Sector para América Latina y el Caribe, organizado por International Society for Third Sector Research (ISTR). Río de Janeiro.

> Legislación

PERÚ

- *Constitución Política del Perú* de 1993.
- *Código Civil del Perú* de 1984.
- Ley del Impuesto General a las Ventas e Impuesto Selectivo al Consumo: Texto Único Ordenado aprobado mediante Decreto Supremo No. 055-99-EF.
- Ley del Impuesto a la Renta: Texto Único Ordenado aprobado mediante Decreto Supremo No. 054-99-EF.
- Ley de devolución del Impuesto General a las Ventas y del Impuesto de Promoción Municipal en las compras de bienes y servicios efectuadas con financiación proveniente de donaciones del exterior y de la Cooperación Técnica Internacional: Decreto Legislativo No. 783.
- Ley General de la persona con discapacidad: Ley No. 27050.
- Ley de participación en las utilidades de los trabajadores: Decretos Legislativos Nos. 677 y 892.
- Ley contra actos de discriminación: Ley No. 26772.
- Ley General de Minería: Texto Único Ordenado aprobado mediante Decreto Supremo No. 14-92-EM.
- Código del medio ambiente y los recursos naturales: Decreto Legislativo No. 613.
- Ley de protección al consumidor: Decreto Legislativo No. 716.
- Normas de publicidad en defensa del consumidor: Decreto Legislativo No. 691.
- Anteproyecto de la Ley de fundaciones y su exposición de motivo. 1995. Publicado por el Ministerio de Justicia.

BRASIL

- Ley para Crear el Balance Social de las empresas establecidas en el ámbito del Municipio de Porto Alegre, 1997.

CHILE

- Ley de fomento a las donaciones culturales: Ley 18.985.

COLOMBIA

- Ley del Impuesto a la Renta: Ley 488.

MÉXICO

- Ley del Impuesto a la Renta.

VENEZUELA

- Ley del Impuesto a la Renta.

> Sobre los autores

Javier de Belaunde L. de R.

Abogado graduado en la Pontificia Universidad Católica del Perú con estudios de postgrado en la Universidad de Wisconsin de los Estados Unidos. Es profesor principal de la Facultad de Derecho de la Pontificia Universidad Católica del Perú. Tiene a su cargo la cátedra de Personas Jurídicas. Es autor de diversos artículos y ensayos en Derecho Civil, Derecho Constitucional y Organización Judicial. Ha integrado diversas comisiones para elaborar la Ley Orgánica del Poder Judicial y otras normas sobre mejoramiento del sistema de justicia, la Comisión Redactora de la nueva Ley de Fundaciones. Es Consultor de la Comisión creada por el Congreso para redactar la Ley de Reforma del Código Civil. Integra la Comisión de Reforma Constitucional del Colegio de Abogados de Lima. Por medio del Estudio que dirige, hace varios años asesora a diversas corporaciones, así como a entidades vinculadas al área del Derecho de Desarrollo y a la cooperación técnica internacional; ha prestado asesoría a organismos y entidades de cooperación técnica y proyectos de desarrollo, tanto públicos como privados, nacionales, extranjeros e internacionales, así como a asociaciones y fundaciones de su país.

Beatriz Parodi L.

Abogada, especialista en temas de Derecho Civil, Mercantil y Cooperación Técnica Internacional fundamentalmente. Ha desarrollado cursos de postgrado en temas de Derecho Mercantil (Universidad de Salamanca en España, año 1997 e International Development Law Institute-IDLI, año 1999 en Roma), así como ha seguido diversos cursos de especialización en temas de Reingeniería y Negociación, Organización y Administración y Contabilidad Gerencial. Desde el año 1993 es profesora contratada del curso de Personas Jurídicas en la Facultad de Derecho de la Pontificia Universidad Católica del Perú. Se desempeña como consultora legal y empresarial de la empresa Sociedad Integrada de Consultoría S.A.C (SIDEK) en temas civiles, mercantiles, administrativos e institucionales en general. Asimismo, presta asesoría a diferentes empresas y entidades, tanto mercantiles como no lucrativas. Es miembro del International Society for Third Sector Research-ISTR; así como integrante del Consejo Consultivo (por América Latina) del International Center-for-Not-for-Profit-Law (ICNL), que se dedica al estudio y consultoría sobre marcos regulatorios del sector no lucrativo en el nivel internacional.


Delia Muñoz M.

Abogada y consultora legal, especialista en temas laborales, seguridad social y derecho administrativo. Ha seguido la Maestría en Derecho Internacional Económico por la Pontificia Universidad Católica del Perú, así como el curso de Postgrado en Derecho, Política y Criminología, con mención en Derecho del Trabajo (enero 1999, Universidad de Salamanca-España). Profesora invitada para el Curso de Legislación Laboral, en la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos (UNMSM), por delegación de la Facultad de Derecho (1993-1994). Profesora invitada para el Curso Derecho Procesal del Trabajo y Negociaciones Colectivas, en la Facultad de Derecho de la UNMSM (conjuntamente con el Dr. Leopoldo Gamarra 1994-1995). Actualmente se desempeña como Asesora Técnica del Despacho Ministerial del Ministro de Trabajo; actuando como Jefa de Gabinete, asesora al Consejo Nacional de Derechos Humanos en materia laboral, Secretaría Técnica del Consejo Nacional de Trabajo y Promoción Social. Integrante del Consejo Consultivo del Centro de Conciliación y Arbitraje del Ministerio de Trabajo y Promoción Social-CENCOAMIT, Consultora Asociada de la empresa Sociedad Integrada de Consultoría S.A.C (SIDEK).

> Biblioteca en Responsabilidad Social

- Caravedo, Baltazar, *Lo social y la empresa a fines de siglo. Responsabilidad social empresarial: avances y logros*, reimpresión, Lima: CIUP-PERÚ 2021-SASE, 2000.
- Portocarrero S., Felipe; Cynthia Sanborn, Sergio Llusera y Viviana Quea, *Empresas, fundaciones y medios: la responsabilidad social en el Perú*, Lima: CIUP, 2000.
- Caravedo, Baltazar; Pilar Mariscal, Karem Salinas y Juan Carlos Villacorta, *Responsabilidad social: una nueva forma de gerencia*, Lima: CIUP-SASE-PERÚ 2021, 2000.
- Portocarrero S., Felipe; Cynthia Sanborn, Hanny Cueva, Regina List y Lester M. Salamon, *El tercer sector en el Perú: una aproximación cuantitativa*, Lima: CIUP-The Johns Hopkins University, Institute for Policy Studies, Center for Civil Society Studies, 2001.
- Portocarrero S., Felipe y Armando Millán E., *Perú: ¿país solidario?*, Lima: CIUP - The Johns Hopkins University, Institute for Policy Studies, Center for Civil Society Studies, 2001.





La agenda de la responsabilidad social empresarial en el Perú constituye una pieza esencial para el desarrollo sostenible, no sólo de las empresas sino de la sociedad en su conjunto. Por tanto, el fomento de la responsabilidad social empresarial plantea nuevos retos al sistema legal. Dentro del ordenamiento legal, la responsabilidad social empresarial se ubica en los ámbitos del derecho tributario, laboral y de medio ambiente. Al mismo tiempo, en el contexto de la discusión internacional, comprende el desarrollo de mecanismos alternativos o complementarios al sistema legal, como es el tema de la autorregulación, sustentado en el ejercicio de los derechos constitucionales de asociación y contratación.

Nuestra investigación se propone definir el concepto de responsabilidad social empresarial y su importancia para la sociedad en general; analizar el valor del marco legal como mecanismo promotor de la agenda de la responsabilidad social en el Perú y la conveniencia de lograr un adecuado balance entre la necesidad de reforma legal y el tema de la autorregulación; examinar detalladamente los mecanismos legales de carácter tributario, laboral y ambiental, y proponer posibilidades de reformas dentro de la legislación peruana con el fin de promover la responsabilidad social; así como identificar y analizar mecanismos alternativos o complementarios de aquellos de carácter legal, que surgen a partir del tema de la autorregulación.